

جهت تدوین برنامه سوم استراتژیک شرکت (۹۳-۱۳۸۹)

نخستین گردهمایی کارگروه‌های تعالی استراتژیک بیمه پارسیان برگزار شد

صفحه ۲



فرناز فتوت، رئیس اداره صدور بیمه‌های اتومبیل بیمه پارسیان:

حذف تعرفه به معنای کاهش حق بیمه هانیست

صفحه ۵

بررسی عملکرد بیمه پارسیان در بیمه‌های اتومبیل در مقایسه با کل صنعت بیمه

صفحه ۴

رئیس مجتمع بیمه‌ای اصفهان:

حق بیمه هزینه نیست

صفحه ۳

نماینده بیمه پارسیان در بابل:

باید به بیمه گذار فرصت انتخاب داد

صفحه ۳

مراقب سلامتی خود در پشت میز کامپیوتر باشید

صفحه ۷

بیمه پارسیان در میان ۱۰۰ برنده برتر ایران

تکدانه، داروپخش، بهروز، دلپذیر، سپهر الکترونیک، ارژن، خوشخواب، نوین زعفران، هاولوکس، بوف، تالونگ و گلرنگ حایز دریافت تندیس و لوح سپاس از دومین جشنواره یکصد برنده برتر ایران شدند.

اختتامیه دومین جشنواره بین‌المللی برترین نام و نشان های تجاری ایران (یکصد برنده برتر ایران) با شعار "خلیج همیشگی فارس ماندگارترین برند ایران"، در مرکز همایش های بین‌المللی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران برگزار شد.

طبق اعلام، شیوه انتخاب برندهای برتر در مرحله اول بر مبنای سهم از ذهن مصرف‌کنندگان صورت گرفته است که در این مرحله ۲۵۰ شرکت در ۱۳۱ حوزه صنایع و خدمات انتخاب شدند، و ۱۰۰ برنده برتر در مرحله دوم و براساس مدل آکر انتخاب شده‌است.

در زمینه دانش بازاریابی و نشریات منتخب، معرفی شدند. در امتیازدهی به برنده مؤثرند. براساس این گزارش ۲۰ برنده برگزیده شامل بانک صادرات، همراه اول، ایران خودرو، زر ماکارون، پارس خودرو، استیل البرز، یک و یک، گلبافت،

با برگزاری مراسم اختتامیه دومین جشنواره بین‌المللی انتخاب برترین نام و نشان های تجاری ایران، یکصد برنده برتر ایران معرفی شدند که بیمه پارسیان در میان این ۱۰۰ برنده برتر ایران قرار گرفت.

در این جشنواره صد نام و نشان تجاری در ۲۴ صنعت و از بین ۳۵۰ برنده، در حوزه‌هایی همچون مواد غذایی، فرش، خدمات مالی و پولی، آموزشی، صنعت و معدن، داروسازی و همچنین استادان برگزیده در زمینه دانش بازاریابی و نشریات منتخب، معرفی شدند.

عوامل تعیین کننده نرخ حق بیمه اتومبیل

دیوید اسنایدر، مدیر اجرایی مجمع بیمه‌های خودرو در آمریکا می‌گوید: مدل و ساخت اتومبیل شما تأثیر بسیار زیادی در حق بیمه‌ای که برای آن می‌پردازید، دارد.

در هنگام تولید خودرو از طرف شرکت‌های بیمه، نرخ بیمه آن اتومبیل در مقایسه با انواع دیگر اتومبیل‌ها و کارخانه‌های اتومبیل سازی دیگر سنجیده می‌شود. به این ترتیب هر خودرویی در هنگام تولید میزان حق بیمه آن پیش‌بینی می‌شود. این پیش‌بینی ممکن است دچار تغییرات کوچکی شود که در آن صورت روی قیمتی که برای پوشش تصادفات و... به شرکت بیمه می‌پردازید تأثیر گذار باشد. علاوه بر این عوامل، سابقه رانندگی شما، میزان تصادفات شما، اعتبار مالی شما، سن، نژاد و نوع بیمه‌ای که جستجو می‌کنید، مکان زندگی شما و... در میزان حق بیمه شما موثر است.

به طور کلی اتومبیل‌های اسپرت (SUV) از حق بیمه بالاتری نسبت به سایر اتومبیل‌ها برخوردار هستند. نرخ بیمه خودروهای اسپرت براساس خسارتی که در هنگام تصادفات بر اتومبیل وارد می‌شود، طبقه بندی می‌شود.

به عقیده راس راید، میزان تصادفات با یک نوع اتومبیل در حق بیمه‌ای که می‌پردازید موثر است. در هنگام خرید یک اتومبیل به آزمایش تصادف خودرو توجه کنید تا در تصادفات واقعی دچار زیان کمتری شوید و از لحاظ حق بیمه، این عمل به شما کمک می‌کند از حق بیمه پایین‌تری استفاده کنید.

اما در مورد امنیت مسافران در داخل اتومبیل به شما توصیه می‌کنیم از اتومبیل‌هایی با اندازه متوسط یا ترجیحاً بزرگ با نمره آزمایش تصادفات بالا استفاده کنید.

احتمال نجات شما در تصادفات به اندازه و وزن اتومبیل بستگی دارد. اتومبیل‌های (SUV) و اسپرت در هنگام تصادفات با اتومبیل‌های دیگر مزایای زیادی دارند اما احتمال غلتیدن این اتومبیل‌ها نیز وجود دارد.

دستگاه «کنترل الکتریکی استحکام اتومبیل» از بسیاری از تصادفات جلوگیری می‌کند. این دستگاه در سال ۲۰۰۶ در مدل‌ها و انواع مختلفی در سراسر جهان ساخته شده است. این سیستم به طور خودکار بخشی از خودرو را که دچار مشکل شده است، ردیابی می‌کند. این دستگاه مانند یک راننده و خلبان اتوماتیکی عمل می‌کند. همچنین این دستگاه به شما کمک می‌کند تا اتومبیل را در پیچ‌های لغزنده یا تغییر جهت‌های ناگهانی کنترل کنید.

کیم هازل بکر، روی خسارات اتومبیل‌ها و حق بیمه آنها تحقیقاتی انجام داده است. براساس این تحقیق خسارت بین دو خودرو ۷۹ دلار برای هر مسافر، ۸۱ دلار برای خودروهای (SUV) کوچک و ۹۲ دلار برای خودروهای (SUV) بزرگ بوده است. این ارقام نشان دهنده آن است که نوع خودرو در حق بیمه آنها تأثیر بسزایی دارد.

میزان افزایش حق بیمه بعد از تصادف

دارندگان خودرو می‌توانند با جلوگیری از تصادفات از حق بیمه ماهانه خود مبلغ قابل توجهی را بکاهند در صورتی که حداقل سالانه یک تصادف داشته باشید، متوجه خواهید شد حق بیمه سال جدید شما افزایش یافته است.

به عقیده متخصصان بیمه اتومبیل‌ها، این افزایش دلایل مختلفی دارد و بسته به شرکت و منطقه محل زندگی شما تغییر می‌کند اما عامل اصلی آن درجه خسارت وارد آمده به خودرو و یافتن فرد مقصر در تصادف است. اگر شما در هنگام رانندگی در حالت عادی نباشید به احتمال زیاد، شرکت بیمه برای سال بعد بیمه شما را تمدید نخواهد کرد.

نگران نباشید شما می‌توانید شرکت بیمه جدیدی بیابید ولی این بار باید حق بیمه بیشتری بپردازید. به طور مثال اگر شما در تصادف مقصر بوده باشید، ممکن است حق بیمه‌ای که می‌پردازید همراه با شروطی باشد یعنی در تصادفی که شرکت بیمه بیش از ۷۵۰ دلار خسارت (ملکی شخصی یا خودرو) بپردازد شما حتماً در قرارداد جدید خود شاهد افزایش نرخ‌ها خواهید بود.

دانیل کوپر، متخصص در امور بیمه می‌گوید: اگر سابقه رانندگی شما خوب باشد و بیش از پنج سال متداوم با یک شرکت قرارداد ببندید، اگر در تصادف ساده‌ای شما مقصر باشید در این صورت مطمئن باشید نرخ حق بیمه شما افزایش نخواهد یافت.

اما به عقیده دیوید اسنایدر، علاوه بر عوامل گفته شده تورم، قوانین جدید و... هم تأثیر مهمی در افزایش نرخ حق بیمه دارند او می‌گوید: هم قانون و هم شرکت بیمه ممکن است در مورد تصادف ساده چشم‌پوشی کنند اما در صورتی که تصادف سخت باشد و شخصی مجروح شود (به خصوص اگر شما در هنگام رانندگی در حالت عادی نباشید) ممکن است قوانین بیمه سنگین و عواقب قانونی زیادی پیگیر شما شود. در این صورت حتی ممکن است پوشش بیمه شما متوقف شود.

چگونه در سازمان خلاق تر باشیم و پیشنهادات بیشتری ارائه دهیم؟

معصومه اطمینانی
دبیر نظام پیشنهادات

در کشور چین، دو مرد روستایی می خواستند برای یافتن شغل به شهر بروند. یکی از آنها می خواست به شانگهای برود و دیگری به پکن. اما در سالن انتظار قطار، آنان برنامه خود را تغییر دادند زیرا مردم می گفتند که شانگهای ها خیلی زرنگ هستند و حتی از غریبه هایی که از آنان آدرس می پرسند پول می گیرند اما پکنی ها ساده لوح هستند و اگر کسی را گرسنه ببینند نه تنها غذا، بلکه پوشاک به او می دهند.

فردی که می خواست به شانگهای برود با خود فکر کرد: «پکن جای بهتری است، کسی در آن شهر پول نداشته باشد، باز هم گرسنه نمی ماند. با خود گفت خوب شد سوار قطار نشدم و گر نه به گودالی از آتش می افتادم.»

فردی که می خواست به پکن برود پنداشت که شانگهای برای من بهتر است، حتی راهنمایی دیگران نیز سود دارد، خوب شد سوار قطار نشدم، در غیر این صورت فرصت ثروتمند شدن را از دست می دادم. هر دو نفر در باجه بلیت فروشی، بلیت هایشان را با هم عوض کردند. فردی که قصد داشت به پکن برود بلیت شانگهای را گرفت و کسی که می خواست به شانگهای برود بلیت پکن را به دست آورد.

نفر اول وارد پکن شد. متوجه شد که پکن واقعا شهر خوبی است. ظرف یک ماه اول هیچ کاری نکرد. همچنین گرسنه نبود. در بانک ها آب برای نوشیدن و در فروشگاه های بزرگ شیرینی های تبلیغاتی را که مشتری های می توانستند بدون پرداخت پول بخورند، می خورد.

فردی که به شانگهای رفته بود، متوجه شد که شانگهای واقعا شهر خوبی است هر کاری در این شهر حتی راهنمایی مردم و غیره سود آور است. فهمید که اگر فکر خوبی پیدا شود و با زحمت اجرا گردد، پول بیشتری به دست خواهد آمد. او سپس به کار گل و خاک روی آورد.

پس از مدتی آشنایی با این کار، ۱۰ کیف حاوی از شن و برگ های درختان را بارگیری کرده و آن را «خاک گلدان» نامید و به شهروندان شانگهای که به پرورش گل علاقه داشتند فروخت. در روز ۵۰۰ پونگ سود برد و با ادامه این کار در عرض یک سال در شهر بزرگ شانگهای یک مغازه باز کرد.

او سپس کشف جدیدی کرد؛ تابلوی مجلل بعضی از ساختمان های تجاری کثیف بود. متوجه شد که شرکت ها فقط به دنبال شستشوی عمارت هستند و تابلوها را نمی شویند. از این فرصت استفاده کرد. نردبان، سطل آب و پارچه کهنه خرید و یک شرکت کوچک شستشوی تابلو افتتاح کرد.

شرکت او اکنون ۱۵۰ کارگر دارد و فعالیت آن از شانگهای به شهرهای هانگجو و ننجینگ توسعه یافته است.

او اخیرا برای بازاریابی با قطار به پکن سفر کرد. در ایستگاه راه آهن، آدم ولگردی را دید که از او بطری خالی می خواست. هنگام دادن بطری، چهره کسی را که پنج سال پیش بلیط قطار را با او عوض کرده بود به یاد آورد.

خلاقیت و استعداد در برخورد با مشکلات شکوفا و نمایان می شود. در دنیای کسب و کار، آنان که آرامش را در بستن چشم ها بر تحولات دنیای اطراف می جویند، مرگ زودرس را استقبال می کنند. یک فرد موفق به استقبال تهدیدها رفته و از دل آنها فرصت های ناب کشف می کند. آنهايي که از جای خود می جنبند، گاهی می یازند، آنهايي که نمی جنبند همیشه می یازند. در این مجال مطالبی در خصوص افزایش خلاقیت در سازمان آورده شده است.

ویژگی های افراد خلاق

این افراد دوران کودکی پرفراز و نشیب، متنوع و پرخدادی داشته اند. از لحاظ شخصیتی به طور کلی انسان هایی خطرپذیر و اهل ریسک هستند به طوری که از شرایط و موقعیت های جدید نمی ترسند و به دنبال موفقیت و رسیدن به پیروزی تلاش می کنند و هر چند برای آنها خطراتی داشته باشد، مصر هستند و پشتکار فوق العاده ای دارند. کارها را تا به انتها پیش می برند تا زمانیکه به نتیجه دلخواه خود برسند.

افراد خلاق خود را مقید به یک کار خاص نمی کنند و سعی می کنند از فرصت ها و زمان هایی که در اختیار دارند نهایت استفاده را ببرند و پویا و پر تحرک هستند و فعالیت های متنوعی را در زندگی خود انجام می دهند. با انگیزه هستند، پر نیرو و انرژی به نظر می رسند و دائما در پی فرصت هایی هستند که تجارب جدیدی را برای آنها به ارمغان می آورند. از کار و فعالیت ترس ندارند و کمتر احساس خستگی می کنند. از فعالیت هایی که انجام می دهند، لذت می برند و در مقابل بیکاری و داشتن اوقات فراغت زیاد برای آنها کسل کننده و خسته کننده است. مسئولیت های بیشتر و بزرگ تری را می پذیرند و تلاش می کنند به بهترین وجه کار خود را به انجام برسانند.

موانع خلاقیت

عموماً موانع بروز خلاقیت ریشه در دوران کودکی و تربیت نادرست دارد. اما در هر سنی می توان چنین نقص ها و کمبودها را با استفاده از روش ها و شیوه هایی جبران کرد. افرادی که از انتقاد و شکست می ترسند، افراد خلاق نخواهند بود. همینطور افرادی که از افراد دیگر تبعیت می کنند و منتظر هستند ببینند دیگران چه می کنند تا آنها نیز دست به کار شوند. این افراد قدرت عملی از خود ندارند و دائما به دیگران وابسته هستند و چون کارهای خود را بر اساس این وابستگی انجام می دهند کمتر از قدرت ذهنی و خلاقیت خود استفاده می کنند. توجه به مسائل تکراری و روزمره زندگی، داشتن یک زندگی یکنواخت و عادت کردن به این شرایط فرد را دچار رکود و کسالت می سازد. بطور کلی داشتن اعتماد به نفس پائین، عزت نفس پائین، رکود و کسالت، داشتن اهداف ساده و سطحی در زندگی و... از موانع اصلی در رشد و بروز خلاقیت هستند.

راهکارهایی برای افزایش خلاقیت

حس کنجکاوی خود را افزایش دهید. از مسائل پیرامون خود شروع کنید و ببینید چرا به این صورت هستند؟ آیا می توانند طور دیگری باشند تا نتیجه بهتری از آنها گرفت؟ از خود سوال کنید و جواب های متنوعی برای آنها پیدا کنید. ساده از کنار مسائل عبور نکنید. این مسائل می تواند شیوه چیدن دکور در منزلتان باشد یا یک خبر علمی، سیاسی، اجتماعی و...

ادامه در صفحه ۸



جهت تدوین برنامه سوم استراتژیک شرکت (۹۳-۱۳۸۹)

نخستین گردهمایی کارگروه های تعالی استراتژیک

بیمه پارسیان بر گزار شد

مختلف تشکیل گردید. در این جلسه پس از ارائه توضیحاتی پیرامون اهمیت، مفاهیم و علل توجه سازمانها به برنامه استراتژیک توسط مدیر محترم تحقیق و توسعه، مدل برنامه ارائه گردید.

در راستای آسیب شناسی محیطی، مجموعه های مربوط به تحلیل PEST و PORTER توسط همکاران مدیریت تحقیق و توسعه شرکت تهیه و در اختیار اعضای هر کارگروه قرار داده شد. پس از انجام تحلیل های مربوط به آسیب شناسی اولیه، گردهمایی دیگری جهت تدوین نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدهای هر حوزه در روز پنج شنبه مورخ ۸۸/۱۰/۲۴ در مجموعه چای باغ برگزار گردید. در این جلسه و به منظور درک بهتر وضعیت درون سازمانی (نقاط قوت و ضعف) و تحولات بیرون سازمان (فرصت ها و تهدیدها)، کلیه کارگروه های تعالی استراتژیک در یک هم اندیشی منسجم، به تجزیه و تحلیل محیطی پرداختند تا با شناسایی هوشمندانه عوامل داخلی و خارجی، بستر مناسب جهت انجام برنامه ریزی های لازم جهت استفاده بهینه از فرصت ها مبتنی بر نقاط قوت، کاستن نقاط ضعف در مقابله با تهدیدها، جهت نیل به اهداف سازمانی فراهم گردد.

در آغاز این جلسه مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند. عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

با توجه به لزوم ایجاد درک مشترک نسبت به مدل برنامه ریزی استراتژیک شرکت و مفاهیم مورد استفاده در آن، دوره آموزشی در روز دوشنبه مورخ ۸۸/۱۰/۲۱ و در محل سالن کنفرانس شرکت با حضور مدیر عامل؛ کلیه مدیران و اعضای کارگروه های تعالی استراتژیک حوزه های

داخلی از پایه های اصلی تدوین یک برنامه مناسب می باشند، یکی از مراحل کلیدی اجرای این فرایند، آسیب شناسی وضعیت موجود و تجزیه و تحلیل محیطی می باشد. در این مرحله به منظور تجزیه و تحلیل محیطی و انجام یک آسیب شناسی جامع، از دو تحلیل آنالیز وضعیت داخلی و خارجی استفاده شده است. در این مدل سعی شده است که عوامل خارج از سازمان بر اساس دو عامل فرصت و تهدید و عوامل داخل سازمان بر اساس دو عامل قوت و ضعف که بر روی فعالیت سازمان اثر می گذارند، شناسایی شوند.

آنالیز وضعیت داخلی سازمان، مبتنی بر آنالیز محیط دور PEST، آنالیز محیط نزدیک PORTER، بررسی های تطبیقی با سایر شرکت های بیمه ای و

مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند.

عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

با توجه به لزوم ایجاد درک مشترک نسبت به مدل برنامه ریزی استراتژیک شرکت و مفاهیم مورد استفاده در آن، دوره آموزشی در روز دوشنبه مورخ ۸۸/۱۰/۲۱ و در محل سالن کنفرانس شرکت با حضور مدیر عامل؛ کلیه مدیران و اعضای کارگروه های تعالی استراتژیک حوزه های

مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند.

عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

با توجه به لزوم ایجاد درک مشترک نسبت به مدل برنامه ریزی استراتژیک شرکت و مفاهیم مورد استفاده در آن، دوره آموزشی در روز دوشنبه مورخ ۸۸/۱۰/۲۱ و در محل سالن کنفرانس شرکت با حضور مدیر عامل؛ کلیه مدیران و اعضای کارگروه های تعالی استراتژیک حوزه های

مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند.

عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند.

عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

با توجه به لزوم ایجاد درک مشترک نسبت به مدل برنامه ریزی استراتژیک شرکت و مفاهیم مورد استفاده در آن، دوره آموزشی در روز دوشنبه مورخ ۸۸/۱۰/۲۱ و در محل سالن کنفرانس شرکت با حضور مدیر عامل؛ کلیه مدیران و اعضای کارگروه های تعالی استراتژیک حوزه های

مدیر عامل ضمن تاکید بر اهمیت برنامه استراتژیک شرکت در همنوایی و همسویی سازمانی، بر لزوم تعمیق تحلیل محیطی در برنامه جاری شرکت تاکید کردند.

عواملی همچون ورود شرکت های بیمه ای خارجی، ورود شرکت های بیمه ای جدیدالتاسیس، خصوصی شدن شرکت های دولتی، آزادسازی تعرفه ها در رشته های مختلف بیمه ای، هدفمندسازی یارانه ها در سال آتی و حذف یا کاهش درصدا تکایی قبولی بیمه مرکزی (بر اساس برنامه دولت) از جمله مواردی بودند که به استراتژیک متشکل از نمایندگان هر حوزه در تدوین برنامه استراتژیک حوزه مربوطه در سطح شرکت می باشند.

تقدیر و تشکر

تقدیر و تشکر

جناب آقای شیرینی نماینده محترم بیمه پارسیان بدین وسیله از جنابعالی به خاطر یاری بی دریغتان در صدور بیمه نامه های نمایندگان فاقد مجوز صدور، صمیمانه سپاسگزارم.

نماینده گرامی - ۵۱۵۳۳۰

تسلیمات

با نهایت تأسف و تالم مطلع شدیم همکارانمان خانم ها مهری فوق در مدیریت بازار، سمانه سیف الهی در واحد تدارکات، فاطمه رسولی در مدیریت مالی و آقایان بهرام یاسمنی در مدیریت توسعه منابع انسانی و دکتر رضا علیزاده فکوری در مدیریت بیمه های حوادث، درمان عمر گروهی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشسته اند.

برای عزیزان از دست رفته رحمت و برای بازماندگان محترمشان از درگاه خداوند متعال صبر و شکیبایی خواستاریم.

انتصابات

طی حکمی از سوی حسین کریم خان زند مدیرعامل شرکت، علی کمندی به سمت مدیر فناوری اطلاعات شرکت بیمه پارسیان منصوب شدند.

در این حکم آمده است: با توجه به تجارب و کسب مدارج علمی و تخصصی جنابعالی، به این سمت منصوب می شوید، امیدوارم با استعانت از درگاه قادر متعال در سایه بهره گیری از تخصص و تجربیات خود، منشا خدمات شایسته و مؤثری در بسط و گسترش فناوری اطلاعات که همیشه از اهداف و چشم انداز بیمه پارسیان بوده است، باشید.

همچنین طی احکامی جداگانه از سوی مدیر توسعه منابع انسانی سرکار خانم مهشید السادات محمدی جهرمی به سمت رئیس اداره آموزش و توسعه منابع انسانی و آقایان علی حسینی ارگنه به سمت سرپرست مجتمع بیمه ای کرمانشاه و علیرضا حبیبی به سمت رئیس اداره بازاریابی و امور مشتریان منصوب شدند.

در این احکام آمده است: امید است با استعانت از خداوند متعال در مدیریت، اجرا و سایر موارد مطروحه در شرح وظایف اداره های مذکور موفق و مؤید باشید.

رئیس مجتمع بیمه‌ای اصفهان:

حق بیمه هزینه نیست



مجتمع بیمه ای اصفهان کار خود را از آبان ۸۴ به عنوان دومین مجتمع بیمه ای پارسیان آغاز کرد و امروز یکی از بزرگترین مجتمع های بیمه ای پارسیان است که نمایندگان زیادی در استان اصفهان با آن همکاری دارند. در این شماره چتر گفت و گویی را با بهره‌روز جوی رئیس مجتمع بیمه ای اصفهان انجام داده ایم که در پی می آید:

● **سهام شما از رشته شخص ثالث چه میزان است؟**

سال گذشته به طور متوسط در ماههای مختلف سال بین ۸۰ تا ۸۵ درصد پرتفوی مجتمع اصفهان شخص ثالث بوده است. در ۱۰ ماه گذشته با توجه به اینکه تمرکز مجتمع بر این بوده که نمایندگان به سمت رشته های غیر ثالث هدایت شوند، مجموع پرتفوی شخص ثالث مجتمع و نمایندگان در شهر اصفهان ۵ درصد کاهش یافته است. در حال حاضر ۶۸ درصد پرتفوی اصفهان شخص ثالث می باشد، که ۳۹ درصد آن مربوط به صادره شخص ثالث با شرایط عادی بوده است. در واقع تا حد امکان سعی شده اگر شخص ثالث نیز صادر می شود با تعهدات ویژه باشد.

● **آیا شما به فروش بیمه های اجباری اعتقاد دارید؟**

برای پاسخ به این سوال شما لازم است دامنه فعالیت در این نوع بیمه ها به لحاظ نوع رشته بیمه ای، میزان فعالیت شبکه فروش در این قبیل رشته ها و اهداف موجود در اجباری ساختن این رشته ها مشخص شود. در حال حاضر در بخشهایی که مسئولیتهای قانونی بر عملکرد افراد مترتب است بیمه های اجباری وجود دارد. در سایر کشورها نیز به همین صورت و حتی با شدت بیشتری وجود دارد. مثلاً مسئولیت کارفرمایان در قالب کشورها تابع نظریه خطر بوده و اجباری است. در واقع نهادهای قانونی به منظور حصول اطمینان از حفظ سرمایه های مادی و انسانی اقدام به اجباری نمودن برخی از رشته های می نمایند. بنابراین فعالیت در زمینه بیمه های اجباری فی نفسه اشکالی ندارد. دو مساله

● **نظر شما در مورد نرخ تعرفه رشته های مختلف بیمه ای چیست؟**

باید توجه داشت نظام تعرفه ای واقعتهای فنی شرکتهای بیمه را به درستی نشان نخواهد داد. تنها در صورتیکه تعیین نرخ به شرکتهای بیمه واگذار شود، می توان عملکرد فنی شرکتهای بیمه را به درستی به حیطه آزمون در آورد. نظام تعرفه ای به واسطه وجود شرایطی به بازار بیمه تحمیل شد و البته حذف آن نیز به یکباره میسر نبوده و قطعاً نیاز به برنامه ریزی دقیقی دارد.

● **آیا آزاد سازی یا حذف تعرفه موجب رقابت خواهد شد؟**

به نظر من می بایست در درجه نخست تعریف ما از رقابت مشخص باشد و سپس به مساله حذف تعرفه و تاثیرات آن بر رقابت بازار بپردازیم. اگر چه در مواقعی قیمت اصلی ترین رکن رقابت می شود ولی در غالب موارد پایین ترین سطح رقابت را قیمت تعیین می نماید. معتقدم و همواره بر این مساله تاکید داشته ام که قیمتی که در بازار بیمه به عنوان حق بیمه پرداخت می شود را نباید هزینه قلمداد نموده و به دنبال سازو کاری برای کاهش آن بود. حق بیمه پرداختی بیمه گذاران در واقع سهم سرمایه گذاری آنها در نظام ایمنی و امنیت خاطر جامعه است و هر چقدر سرمایه گذاری بیشتر، بنیه و قدرت این نظام در فراهم ساختن امنیت خاطر برای جامعه در کلیه بخشها افزایش خواهد یافت. پس حذف یا آزاد سازی تعرفه را نباید فقط از بعد قیمتها سنجید. آنچه در این زمینه باید مهم تلقی شود اینست که آیا این اقدام می تواند منجر به ارتقاء کمی و کیفی شرکتهای بیمه به لحاظ امور فنی بیمه ای گردد یا خیر؟ از طرف دیگر این اقدام نیاز به پیش زمینه هایی نظیر فراهم نباشد موفقیت آنرا با تردید مواجه می سازد.

● **شما بیشتر تمایل به صدور کدام رشته های بیمه ای دارید؟**

به ترتیب عمر و سرمایه گذاری، باربری، آتش سوزی، حوادث، مسئولیت مدنی و همانگونه قبلاً اشاره نمودم شخص ثالث به دلیل نقشی که در کوتاه

همچنانکه در سوال قبل اشاره گردید، بیمه های اختیاری و فروش در این بخش نیاز به فروشندگانی با قابلیت های ویژه می باشد. بویژه در بازاری که روز بروز رقابت در آن در حال افزایش است. ارائه محصولات با شرایط متنوع یکی از راههای موجود برای افزایش سهم بازار بوده که حداقل در طی یکسال گذشته در پارسیان با روند معقولی به ویژه در دو رشته اشاره شده به این مهم پرداخته شده است. در حال حاضر به نظر می رسد ما شرایط متنوعی برای خریداران عمر و آتش سوزی فراهم ساخته ایم.

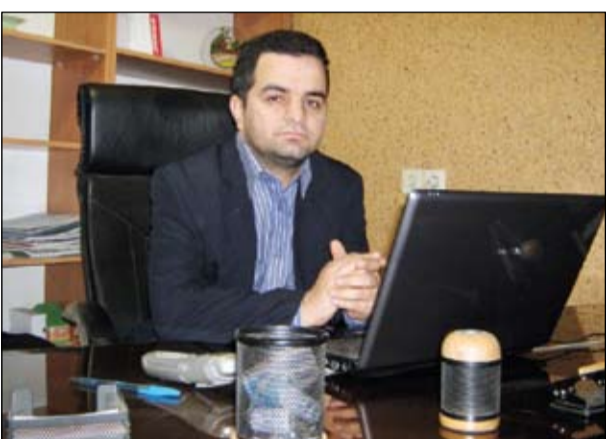
● **به نظر شما عرضه بیمه های عمر پارسیان تا چه حد با استقبال مردم مواجه بوده است؟**

در حال حاضر اکثر خریداران بیمه پارسیان را به دلیل فعالیت در بخش اتومبیل می شناسند. معتقدم بیمه عمر پارسیان از این قابلیت برخوردار است که نقش تعیین کننده ای در برداشت و ذهنیت مردم از بیمه پارسیان و حوزه فعالیت آن ایفا نماید. به نظر می رسد طراحی بیمه عمر پارسیان به خوبی از تجربیات سایر شرکتهای داخلی و خارج کشور استفاده شده و چنانچه نمایندگان شرکت در این زمینه از پشتیبانی های لازم برخوردار شوند، بیمه عمر پارسیان جایگاه مطلوب در بازار بیمه کشور خواهد یافت.

مهم وجود دارد که در این نوع بیمه ها باید مورد توجه قرار گیرد. در بعضی از بیمه های اجباری توازن و شدت خسارت اکثر بسترهای پذیرفته شده بالا بوده و شرکتهای بیمه مجبور به وضع ساز و کارهای کنترلی در جذب این قبیل بیمه ها هستند. همچنین شبکه فروش یک شرکت بیمه می بایست به لحاظ دانش و تجربه در امر فروشندگی انواع بیمه خود را تقویت نماید. در حالیکه بیمه های اجباری چنین الزاماتی را برای بخش فروش ایجاد نمی نماید چون خریداران ناگزیر به خرید با هر شرایطی هستند. پس تاجایی که فعالیت در بیمه های اجباری مانع رشد و پویایی شبکه فروش در سایر انواع رشته های بیمه ای نگردیده و شرکتهای بیمه نیز در بخش خسارت به مشکل عمده ای با این نوع بیمه ها برخورد نداشته اند، پرداختن به بیمه های اجباری مانعی نخواهد داشت. بویژه اینکه این نوع بیمه نامه ها به دلیل تقویت بنیه مالی اجزای فروش (در کوتاه مدت) قدرت مانور فروشندگان و نمایندگان بیمه را در سایر رشته های بیمه ای که از قضا رقابت در آنها بیشتر بوده و سرمایه گذاری ویژه ای را نیز طلب می نماید، افزایش می دهد.

● **آیا طرح بیمه پارسیان برای عرضه بیمه های اختیاری مانند عمر و آتش سوزی منازل مناسب است؟**

باید به بیمه گذار فرصت انتخاب داد



عوامل فروش، یکی از مزایای مثال زدنی آن می باشد ولی، در مورد بیمه نامه آتش سوزی منازل مسکونی که قبلاً مورد توجه شرکت بیمه نبود کام موثری در جهت فروش بیمه نامه های انفرادی می باشد.

● **در مورد طرح های جدید از جمله طرح امید بیمه پارسیان چه نظری دارید؟**

ما سهام داران بزرگ و ارزشمندی داریم که باید از این سهامداران در جهت افزایش پرتفوی شرکت حداکثر بهره برداری را کرد و به نظر من طرح امید پارسیان از تباط خوبی مابین بانک و بیمه ایجاد و هر دو از منافع آن بهره مند می گردند.

● **نظر شما در مورد نرخ تعرفه رشته های مختلف بیمه ای چیست؟**

تعرفه های رشته های مختلف در شرکت بیمه پارسیان تقریباً حالت تعادل دارد ولی احساس می شود شرکت باید در مواردی برای جذب بیمه گذار با ریسک های پایین و مناسب اقدام به کاهش نرخ نماید، ولی به این موضوع توجه داشت کاهش نرخ با توجه به ریسک ها و شرایط بیمه گذار امری شدنی است و امروز در اکثر شرکتهای اجرا می شود.

● **آیا آزاد سازی یا حذف تعرفه موجب رقابت خواهد شد؟**

در آزاد سازی تعرفه های شرکتهایی موفق تر خواهند بود که دارای پشتوانه های قوی و محکم هستند و به احتمال فراوان بعضی از شرکتهای بیمه با مشکلات زیادی روبرو خواهند شد.

● **شما بیشتر تمایل به حضور در کدام رشته بیمه ای را دارید؟**

یک نماینده باید در تمامی رشته های بیمه ای دارای فعالیت و پرتفوی باشد. ولی شاید، یک نماینده در انواع اقسام رشته های بیمه ای فعالیت داشته باشد ولی در یک یا دو رشته مهارت بیشتری می یابد و سرعت جذب بیمه گذار از آن رشته ها بیشتر می باشد. شخصاً تمایل به صدور در رشته های مسئولیت و عمر را دارم.

● **چه توصیه ای برای نمایندگان برای بالا بردن پرتفوی نمایندگی دارید؟**

پاسخ به این سوال مفصل می باشد که به ذکر چند نکته بسنده می نمایم، اولین نکته افزایش دانش فنی بیمه ای در تمامی رشته های بیمه حتی اگر در آن رشته مورد نظر در طول سال یک مورد هم صادر نگردد، زیرا عدم اطلاعات فنی نماینده یا ناکافی بودن آن بیمه گذار را با ترس و دودلی روبرو می کند، دومین مورد روابط عمومی بالا و برخورد خوب

بابل یکی از شهرستان های استان مازندران است که با ۱۴۳۱ کیلومتر مربع مساحت، در قسمت مرکزی استان واقع شده است. این شهرستان دارای ۲ شهر به نام های بابل و امیر کلا و ۳ بخش به اسمی بخش مرکزی، بخش بندی شرقی، بند بی غربی و همچنین ۱۰ دهستان است.

در این شماره چتر گفت و گویی را با حسین زاده تالشی نماینده فعال بیمه پارسیان در بابل انجام داده ایم که در ادامه می آید:

● **تعامل شما با سایر نمایندگان این شهر و با ICD چگونه است؟**

روند ارتباط نمایندگان با مدیران ستادی شرکت بیمه پارسیان هر چه به جلو پیش می رود، بهتر و نرخ گیری با سرعت و برنامه و نظر بهتری صورت می گیرد. به خصوص در ۲ سال اخیر ملموس تر شده است و در این جا از زحمات و همکاری کلیه واحدهای ستادی قدر دانی می کنم.

همچنین ارتباط صحیح و منطقی یک ICD با نماینده و بلعکس می تواند در پیشبرد اهداف بیمه ای آن نمایندگی تاثیر مستقیم داشته باشد، که خوشبختانه این ارتباط صحیح در شهرستان بابل بین ICD و نمایندگان برقرار است.

● **آیا شما به فروش بیمه های اجباری اعتقاد دارید؟**

اگر فروش بیمه ثالث باشد که ما مجبور به فروش آن می باشیم اما با فروش اجباری بیمه های اختیاری در کنار شخص ثالث مخالفم. معتقدم می توان در کنار فروش بیمه های اجباری، مزایای بیمه های دیگر را به بیمه گذار معرفی کرد و او را در مرحله انتخاب قرار داد نه مجبور به خرید آن کرد.

● **سهام شما از رشته ثالث چه میزان است؟**

سهم این نمایندگی در شخص ثالث ۳۰ درصد می باشد که همیشه توجه این نمایندگی به انتخاب بیمه گذار در این رشته است.

● **آیا طرح بیمه پارسیان برای عرضه بیمه های اختیاری مانند عمر و آتش سوزی منازل مناسب است؟**

بیمه عمر و سرمایه گذاری شرکت بیمه پارسیان یکی از جامع ترین و مناسب ترین رشته بیمه ای موجود در شرکت بیمه پارسیان می باشد، و پیش بینی می شود در آینده نزدیک استقبال از آن بیشتر و جای خود را در بازار بیمه ای ایران باز نماید. سهولت نرخ گیری توسط

مدت در تقویت نمایندگان دارد.

● **تعامل مجتمع اصفهان با نمایندگان و نیز نمایندگان این شهر با مجتمع چگونه است؟ و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی پارسیان با مجتمع ها رضایت دارید؟**

پارسیان جزء نادر شرکتهایی است که کانال های ارتباطی مستقیم با مدیران عالی خود برای نمایندگان فراهم نموده است. این امر باعث می شود هم مدیران محترم از نزدیک با مسائل و مشکلات ایشان آشنا شوند و هم نمایندگان امکان تقویت دانش و تجربه بیمه ای را پیدا می کنند. در خصوص ارتباط مجتمع با نمایندگان، ذکر این نکته ضروری است که یکی از شاخص های عملکرد یک مجموعه کاهش نارضایتی ها و شکایتهای است که در این زمینه اهتمام ویژه ای صورت گرفته است.

● **برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کنیم؟**

به نظرمی رسد علاوه بر توسعه فن آوریهای جدید که امکان ارتباط همزمان و در سطح گسترده با مشتریان را فراهم می سازد اما روشهای رو در رو و چهره به چهره با مشتریان اثر بخشی بیشتری دارد. اینکه نمایندگان و فروشندگان بیمه فرایند فروش را با خرید بیمه نامه توسط بیمه گذاران خاتمه یافته تلقی نکنند و در طی اعتبار قرارداد بیمه به عنوان تلقی مختلف و در مواقع خاص ضمن ملاقات با بیمه گذاران مسائل آنها را مورد توجه قرار دهند قطعاً در حفظ ایشان موثر خواهد بود. بنابراین این مجموعه اجزاء شبکه فروش لازم است توجه داشته باشند که صرف فروش یک بیمه نامه کافی نبوده و پیگیری فرایند پس از فروش تعیین کننده تر در استمرار فعالیت آنها خواهد بود.

● **در پایان اگر پیشنهادی برای شرکت با حرفی برای خوانندگان چتر دارید بفرمایید.**

شرکت بیمه پارسیان شرکتی رو به رشد و پویاست. نشانه پویایی و رشد آن اینست که مسائل آن به روز بوده و ما کمتر درگیر مسائل موجود در گذشته هستیم. امیدوارم این پویایی و رشد برای این شرکت همواره استمرار داشته باشد.

و مناسب با بیمه گذاران، سومین مورد صداقت در رفتار و گفتار که همیشه باعث پیشرفت و افزایش بیمه گذاران برای آن نمایندگی خواهد شد و در آخر به یاد داشته باشید همیشه یک بیمه گذار راضی شما را با ۵ فرصت روبرو یا ۵ بیمه گذار جدید را به شما معرفی می نماید.

● **برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کنیم؟**

اعتقاد دارم بهترین ابزار تشویق برای حفظ مشتری پرداخت خسارت خوب و به موقع توسط شرکت به بیمه گذار می باشد و یقیناً بهترین تبلیغ برای شرکت بیمه زمان پرداخت خسارت نسبت به بیمه گذاران می باشد.

● **در پایان اگر پیشنهادی برای شرکت یا برای خوانندگان ماهنامه چتر دارید بفرمایید؟**

تنها تقضای من از مدیران محترم شرکت بیمه پارسیان تاسیس شعبه پرداخت خسارت اتومبیل برای شهرستان بابل می باشد، با این دید که تاسیس یک شعبه پرداخت خسارت هزینه نیست بلکه فرصت و بازاریابی است. و در پایان از زحمت ICD فعلی شهرستان بابل آقای رحیمی و ICD قبلی جناب حیدری و همین طور از همکارانمان در ماهنامه چتر تشکر و قدر دانی می نمایم.

بررسی عملکرد بیمه پارسیان در بیمه های اتومبیل در مقایسه با کل صنعت بیمه

ضریب خسارت بیمه های اتومبیل تهدیدی بزرگ برای بیمه گران



این در حالی است که تا پایان سال ۸۷ از حدود ۱۲ میلیون دستگاه اتومبیل و حدود ۷ میلیون موتورسیکلت، کمتر از ۱۰ درصد این وسایل نقلیه برای بیمه نامه بدنه هستند. این ارقام با مدیریت صحیح می تواند یک فرصت و در صورت عدم مدیریت تهدیدی بزرگ برای بیمه گران باشد. بیمه پارسیان با داشتن بیش از ۱۳۰۰ نماینده در سراسر کشور، دارا بودن ۱۷ مجتمع بیمه ای و ۴۸ واحد پرداخت خسارت زمینه سرویس دهی مناسب به مشتریان را فراهم کرده است که بدون تردید حذف تعرفه بیمه بدنه و ابلاغ آیین نامه جدید شخص ثالث فضای جدید رقابتی را برای بیمه پارسیان رقم خواهد زد. (آمار در جداول زیر آمده است)

مدیریت درست ریسک ها و ارائه خدمات مطلوب به مشتریان می تواند موجب تحول بزرگی در بیمه های اتومبیل شود. عملکرد شرکت های بیمه به ویژه بیمه گرانی که سهم رشته اتومبیل در پرتفوی آنان بیش از سایرین بود در سال مالی ۸۷ و نیمه اول سال ۸۸ نشان می دهد که ضریب خسارت رشته زیان ده شخص ثالث در مسیر کنترل قرار گرفته و شرکت ها توانسته اند ضمن جلوگیری از رشد ضریب خسارت آن این رقم را کاهش دهند اما نباید فراموش کرد هنوز ضریب خسارت رشته شخص ثالث در مزر ۹۵ درصد بوده و هنوز برای کنترل ریسک این بیمه اجباری زیان ده جای کار بسیار است.

ریال خسارت به بیمه گذاران بیمه های اتومبیل در مدت مذکور توانست با کاهش ۳۳ واحد نسبت خسارت رشته بدنه را به ۷۸ درصد کاهش دهد. این در حالی است که بیمه بدنه در پرتفوی بیمه پارسیان از رشد ۲۷/۱۶ درصدی برخوردار است. هر چند بیمه شخص در پرتفوی بیمه پارسیان رشد ۱۰/۸۸ درصدی دارد اما نسبت خسارت این رشته تنها ۱۹/۱۹ واحد افزایش نشان می دهد. صنعت بیمه کشورمان در دوره گذر از نظام تعرفه و آزادسازی قرار دارد و طبق آخرین مصوبه شورای عالی بیمه در ماه گذشته تعرفه رشته بدنه اتومبیل حذف و آیین نامه جدید بیمه شخص ثالث برای اجرا به زودی به شرکت های بیمه ابلاغ خواهد شد که این امر با

بر اساس آمار قابل اتکا منتشره از سوی بیمه مرکزی ایران، عملکرد صنعت بیمه کشور در بیمه های اتومبیل نشان می دهد که طی نیمه اول سال جاری در مجموع ۱۲/۵۳۶/۰۷۵ میلیون ریال حق بیمه در سه رشته حوادث سر نشین، بدنه و شخص ثالث تولید شده است که هر کدام به ترتیب دارای ۱۳/۶۸، ۱۵/۵۴ و ۱۷/۳۸ درصد نرخ رشد در مقایسه با مدت مشابه سال قبل است. این در حالی است که شرکت بیمه پارسیان در مدت یاد شده در دو رشته بدنه و شخص ثالث مبلغ ۱۴/۸۳۱ و ۱/۰ میلیون ریال حق بیمه تولید کرده است که هر یک به ترتیب از نرخ رشد ۲۱/۱۶ و ۱۰/۸۸ درصدی برخوردار است. در عین حال بیمه پارسیان با پرداخت ۶۹/۲۳۴ میلیون

مقایسه عملکرد صنعت بیمه و بیمه پارسیان در بیمه های اتومبیل در نیمه اول سال ۸۸ در مقایسه با مدت مشابه ۸۷ (ارقام به میلیون ریال)

نام رشته	حق بیمه تولیدی			خسارت پرداختی			نسبت خسارت (درصد)		
	کل بازار	رشد (درصد)	بیمه پارسیان	رشد (درصد)	کل بازار	رشد (درصد)	بیمه پارسیان	تغییر واحد	بیمه پارسیان
حوادث سر نشین	۲۰۵۲۳	۶۱/۳۲	۱۴۸۸	۱۴/۱۹	۲۳/۵۵	۱۰/۳۵	۳۴۷	-۹/۹۱	۳۸/۶۴
بدنه اتومبیل	۴۹۷۷۹	۱۹/۶۳	۶۲۴۵	۶/۰۶	۶۲/۲۰	۱۲/۴۰	۳۸۷۵	-۱/۶۹	۷۹/۷۲
شخص ثالث	۱۸۳۸۹۳	۲۲/۳۵	۱۵۷۲۱	۱۰/۷۴	۹۴/۳۶	۱۰/۵۷	۱۰۳۸۵	-۹/۵۰	۸۹/۳۸

مقایسه عملکرد صنعت بیمه و بیمه پارسیان در بیمه های اتومبیل در نیمه اول سال ۸۸ در مقایسه با مدت مشابه ۸۷ (ارقام به میلیون ریال)

نام رشته	حق بیمه تولیدی در نیمه اول سال ۸۸ در مقایسه با مدت مشابه سال ۸۷			خسارت پرداختی در نیمه اول سال ۸۸ در مقایسه با مدت مشابه سال ۸۷			نسبت خسارت (درصد)		
	کل بازار	رشد (درصد)	بیمه پارسیان	رشد (درصد)	کل بازار	رشد (درصد)	بیمه پارسیان	تغییر واحد	بیمه پارسیان
حوادث سر نشین	۹۸۹۴۱۴	۵۴/۶۸		۳۵/۴۵	۱۵/۰۷			-۲/۱۴	
بدنه اتومبیل	۲۳۵۲۳۱۷	۱۵/۱۳	۱۹۹۳۶۵	۱۴/۶۴	۵۵/۵۸	-۱۵/۰۹	۱۵۵۷۳۰	-۰/۲۴	۷۸/۱۱
شخص ثالث	۹۱۹۴۳۴۴	۱۱/۳۸	۸۱۵۴۶۶	۲۵/۸۲	۶۴/۹۱	۲۷/۴۵	۵۱۳۵۰۴	۷/۴۵	۶۲/۹۷

فرناز فتوت، رییس اداره صدور بیمه‌های اتومبیل بیمه پارسیان:

حذف تعرفه به معنای کاهش حق بیمه هان نیست

حجم بسیار بالا، هستند. آیا مدیریت بیمه‌های اتومبیل پارسیان برای کنترل صدور بیمه‌های شخص ثالث و بدنه که جزو رشته‌های با ضریب خسارت بالا هستند بر نامه ای دارد؟

در حال حاضر نزدیک به ۳۰۰ واحد دارای مجوز صدور بیمه‌های اتومبیل (شخص ثالث و بدنه) می‌باشند. که این تعداد با سرعت بسیار زیادی در حال افزایش می‌باشند. لذا پشتیبانی واحدهای مربوطه در خصوص پاسخگویی و رفع مشکلات جاری و همچنین کنترل بیمه‌نامه‌های صادره از جمله کارهای اصلی می‌باشد که در مدیریت بیمه‌های اتومبیل، در حال انجام است که با دو نوع کنترل به صورت همزمان بر روی بیمه‌نامه‌های صادره به شرح ذیل، در فاصله زمانهای مشخص شده‌ای به صورت دوره‌ای، در حال اجرا می‌باشد:

- کنترل از راه دور بیمه‌نامه‌های صادره (به روش مانیتورینگ): که در این نوع کنترل مسائل و خطاهایی بررسی می‌شوند که نیاز به رؤیت پرونده بیمه‌نامه مربوطه نمی‌باشد.
- کنترل در محل صدور بیمه‌نامه: در این نوع کنترل مسائل و خطاهایی بررسی می‌شوند که فعلاً فقط با رؤیت بیمه‌نامه‌ها میسر می‌باشند.

البته با تلاش و همکاری همکاران مدیریت بیمه‌های اتومبیل و حمایت‌های همکاران مدیریت فن آوری اطلاعات، سعی و تلاش شده است که اکثر کنترل‌ها به سمت مانیتورینگ سوق داده شود که در مدت زمان کوتاه به نتایج بسیار مطلوبی نیز در این زمینه دست یافته‌ایم. در این مدیریت هدف از کنترل‌ها و بازدیدها، صرفاً جنبه بازرسی ندارد و بیشتر جنبه آموزشی دارد و هدف این است که بیمه‌نامه‌ها بدون عیب و نقص صادر گردند تا بیمه‌گذاران بیمه پارسیان در طول مدت پوشش بیمه‌ای با مشکل خاصی (به دلیل خطاهای واحد صدور) مواجه نشوند. ضمناً در آینده‌ای نزدیک نیز قرار است که شعب بیمه پارسیان نیز در این زمینه ما را یاری دهند. در صورت همکاری کلیه واحدهای صدور، به امید روزی هستیم که در بیمه پارسیان هر واحد صدور بتواند بازرسی خودش باشد و بتوانیم جهت جلب رضایت بیشتر مشتریان گامهای بلندتری برداریم. ضمناً با پیگیری و هماهنگی‌های مداوم با سایر مدیریت‌های ذیربط، تلاش می‌شود تا واحدهای فروش علاوه بر گزینش مشتریان بیمه بدنه، با اعمال فاکتورهایی از جمله توجیه بیمه‌گذاران، بیمه‌نامه‌ها را به گونه‌ای صادر نمایند تا منافع طرفین از هر جهت در بیمه‌نامه‌ها لحاظ و در عین حال ضریب خسارت نیز کاهش یابد.

آیا بیمه پارسیان طرحی برای صدور یا تمدید اینترنتی بیمه‌های اتومبیل دارد؟

در این خصوص بررسی‌هایی انجام شده است. لذا به دلیل ماهیت خاص این رشته که در حال حاضر رؤیت و تحویل اصل بیمه‌نامه شخص ثالث به هنگام صدور الزامی و همچنین در بیمه‌های بدنه مسأله بازدید اولیه خودرو دارای اهمیت بسزایی می‌باشد، بنابراین فقط برای بیمه‌نامه‌های بدنه و شخص ثالثی که تمدیدی بیمه پارسیان می‌باشند، در صورت On Line شدن سیستمها در آینده راهکارهایی در زمینه تمدید اینترنتی اجرا خواهد شد.

رییس کل بیمه مرکزی ایران اخیراً اعلام کردند، آیین نامه جدید بیمه شخص ثالث به تأیید هیات دولت رسیده و به زودی به صنعت بیمه ابلاغ می‌شود، آیا سیستم نرم افزاری صدور بیمه‌های اتومبیل پارسیان آمادگی هماهنگی با تغییرات برای نحوه محاسبه حق بیمه با نرخ جدید را دارد؟

سیستم نرم افزاری صدور بیمه‌های اتومبیل از همان ابتدا به گونه‌ای توسط مدیریت فن آوری اطلاعات طراحی گردیده است که قابلیت هر گونه تغییر و یا اصلاحی در مدت زمان کوتاه را دارد. کما اینکه در طی چند سال گذشته با توجه به تغییراتی که دائماً دستخوش بیمه‌های شخص ثالث بوده است، با مشکل خاصی مواجه نبوده و در زمان مورد نظر، با همکاری مدیریت فن آوری اطلاعات، به تغییرات مقرر دست یافته‌ایم.

یا مالی به اشخاص دیگری غیر از بیمه‌گذار گردد و بیمه‌گذار یا راننده مسئول جبران خسارت وارده باشد، خسارت وارده را پرداخت نماید. این نوع بیمه را بیمه مسئولیت مینامند که اصطلاحاً به بیمه شخص ثالث اتومبیل معروف شده است. در بیمه شخص ثالث، بیمه‌گذار می‌تواند بیمه حوادث راننده را نیز، مادامیکه در داخل خودرو باشد، خریداری نماید که مقصود از حادثه یا حوادث موضوع این پوشش: آتش سوزی، انفجار، تصادف، واژگون شدن، منحرف شدن یا سقوط وسیله نقلیه مذکور که موجب جراحات یا صدمه بدنی قابل تشخیص پزشک گردد، می‌باشد.

بیمه بدنه و شخص ثالث در بر تفوی بازار بیمه کشورمان چه وضعیتی از نظر حق بیمه تولیدی و خسارات پرداختی در سال ۱۳۸۷ داشته است؟

رشته	سال	حق بیمه تولیدی	خسارت پرداختی	ضریب خسار (درصد)	تعداد بیمه نامه	تعداد خسارت
شخص ثالث	۱۳۸۷	۱۸۳۸۹/۳	۱۴۹۸۰/۵	۹۴/۳۶	۱۳۴۲۴۸۳۱	۱۶۲۵۰۳۵
بیمه بدنه	۱۳۸۷	۴۹۷۷/۹	۲۶۸۸/۶	۶۲/۲۰	۱۳۹۰۳۳۴	۳۵۹۷۶۴

(میلیاردریال)

آمار استخراج شده از: «سالنامه آماری صنعت بیمه ۱۳۸۷» می‌باشد که بدون لحاظ نمودن حق صدور، کارمزد، هزینه‌های بیمه‌گری و خسارات موقوفه می‌باشد.

فروش بیمه‌های اتومبیل توسط بیمه پارسیان در پایان ۹ ماهه اول امسال چه میزان است؟ آیا تولید حق بیمه در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از رشد برخوردار است؟ (لطفاً آمار شخص ثالث و بدنه به صورت جداگانه ذکر شود.)

حق بیمه دریافتی در ۹ ماهه اول سال در رشته شخص ثالث معادل ۱،۳۹۲،۶۰۷ میلیون ریال می‌باشد که در مقایسه با مدت مشابه در سال قبل ۱۵ درصد رشد کرده است. همچنین در رشته بدنه اتومبیل معادل ۱۹۵،۳۰۲ میلیون ریال می‌باشد که در مقایسه با مدت مشابه در سال قبل تغییرچندانی نکرده است.

آیا حذف تعرفه و به تبع آن کاهش حق بیمه‌ها این رشته را جزو بیمه‌های زیان ده قرار می‌دهد؟

حذف تعرفه‌ها نباید به معنای کاهش حق بیمه‌ها تلقی شود، ولی چون پیش بینی می‌شود، بیمه‌گران برای کسب برتفوی بیشتر از اهرم کاهش حق بیمه استفاده نمایند، طبیعتاً در مرحله نخست شرکتهای بیمه با کاهش حق بیمه، با ضریب خسارت بیشتر مواجه خواهند شد. و انتظار می‌رود این امر در سالهای بعد متعادل و جایگاه خود را پیدا کند. در حقیقت حذف تعرفه بدان معناست که موضوع بیمه، ارزیابی ریسک شود و متناسب با ریسک آن، حق بیمه مدنظر اخذ گردد که در مواقعی ممکن است بیشتر، بدون تغییر و یا کمتر باشد. بنابراین اگر با آزاد سازی تعرفه‌ها، به صورت کارشناسی بر خورد نموده و جهت هر موضوع بیمه، حق بیمه متناظر با ریسک آن اخذ گردد، مسلماً نه تنها مواجه با زیان نخواهیم شد، بلکه سود آور هم خواهد بود. خوشبختانه توافقنامه‌ای فی مابین شرکتهای بیمه برای تغییر نرخهای جدید به عمل آمده است که احتمال دارد در ماههای آینده به اجرا گذاشته شود. در نتیجه در مقطع فعلی نمی‌توان اظهار نظر سریعی در این زمینه برای چگونگی اعمال نرخ‌های توافق‌ی ابراز شود.

شبکه فروش که عرضه کننده اصلی انواع بیمه‌ها، بخصوص بیمه‌های اتومبیل با



شورای عالی بیمه در دومین مرحله آزاد سازی تعرفه رشته بدنه اتومبیل را حذف کرد و پیشنهاد شورای عالی بیمه برای نرخ جدید بیمه شخص ثالث در هیات دولت در دست بررسی است.

این دو اتفاق مهم بدون تردید تأثیر به سزایی در بازار بیمه‌های اتومبیل کشور خواهد داشت و شرکت‌های بیمه به ویژه بیمه‌گرانی که سهم قابل توجهی از بازار اتومبیل را در انحصار دارند باید به دنبال راهکارهای نوینی برای جذب و حفظ بیمه‌گذاران این گروه باشند. نشریه چتر این شماره را به موضوع صدور بیمه‌های اتومبیل اختصاص داده است و گفت و گویی را با فرناز فتوت، رییس اداره اتومبیل بیمه پارسیان انجام داده‌ایم که در ادامه می‌آید:

ابتدا انواع بیمه‌های اتومبیل و خطراتی را که تحت پوشش قرار می‌دهند به اختصار توضیح دهید؟

در بیمه اتومبیل موضوع بیمه عبارت است از هر نوع وسیله نقلیه موتوری زمینی از قبیل: انواع خودروهای سواری، بارکشها (مانند وانت، کامیونت، کامیون و...)، اتوکارها (شامل انواع ون‌ها، می‌نی بوس و اتوبوسها)، انواع موتورسیکلت و یا هر نوع وسیله نقلیه دیگری که با نیروی محرکه موتور حرکت می‌کند.

انواع پوششهای بیمه‌ای برای وسائط نقلیه موتوری زمینی عبارتند از:

الف - در بیمه بدنه اتومبیل، تعهد بیمه‌گر جبران خسارت وارده به خود وسیله نقلیه بیمه شده است. به عبارت دیگر بیمه‌گر با بیمه نمودن وسیله نقلیه تعهد می‌نماید چنانچه به علت هر یک از حوادث مشمول بیمه، خسارتی به وسیله نقلیه وارد شود و یا کلا از بین برود، خسارت وارده را جبران نماید. این پوشش بیمه‌ای به بیمه بدنه اتومبیل معروف شده است.

خطرات اصلی که تحت پوشش بیمه نامه بدنه اتومبیل متداول است، عبارتند از: حادثه، آتشسوزی، صاعقه، انفجار و سرقت کلی (با تعریفی که در شرایط عمومی بیمه بدنه برای آنها آمده است). خطرات اضافی که بنا به درخواست بیمه‌گذار در بیمه بدنه می‌توانند تحت پوشش قرار گیرند عبارتند از: سرقت در جای کلیه لوازم، سرقت در جای لوازم مورد درخواست، شکست شیشه، ایاب و ذهاب، سیل و زلزله، پاشیدن مواد شیمیایی و اسیدی، طوفان و تگرگ و گردباد، نوسانات ارزش بازار. لازم به توضیح است که خطرات اضافی فوق الذکر در بیمه پارسیان قابل عرضه می‌باشند و بیمه‌گذار میتواند هر یک از خطرات را که تمایل دارد، خریداری نماید.

ب - چنانچه بیمه‌گر تعهد نماید در صورتیکه اتومبیل بیمه شده موجب بروز خسارت اعم از جانی

بیشترین رشد در سه ماهه اول سال در شبکه فروش

تمجیدی با بیان اینکه در آذرماه امسال نمایندگان برتر نیز از حیث ضریب رشد بدون ثالث نسبت به ماه گذشته انتخاب شدند.

اسامی آنان را بدین ترتیب اعلام کرد: سحر تها لاسلامی کد ۵۱۰۹۳۰ نماینده فعال تهران با ۶۴۰۰۴ درصد مقام اول، رسول حیدری کد ۵۱۴۴۸۰ نماینده فعال کرج با ۸۸۸۲ درصد مقام دوم و مهناز مشهدی حیدری کد ۵۱۴۳۰۰ نماینده فعال تهران با ۶۴۳۸ درصد مقام سوم را کسب کردند.

او افزود: طی مدت یاد شده ICD سمنان با ۶۰۴ درصد رشد بدون ثالث مقام اول و ICD کاشان با ۳۸۲ درصد مقام دوم را در میان ICDها کسب کرده‌اند.

به گفته مدیر امور بازار همچنین در ماه آذر مجتمع‌های بیمه‌ای اهواز با ۴۳ درصد و بندرعباس با ۴۰ درصد رشد بدون ثالث نسبت به آبان ماه به ترتیب مقام‌های اول و دوم در میان مجتمع‌های بیمه‌ای و ICDهای پوشه‌ها با ۶۱ درصد و امل با ۳۱ درصد به ترتیب مقام‌های اول و دوم را در میان ICDها به خود اختصاص داده‌اند.

محمد رضا تمجیدی مدیر امور بازار نتایج آخرین رتبه بندی شبکه فروش بیمه پارسیان شامل مجتمع‌های بیمه‌ای ICDها و نمایندگان را تا پایان آذرماه سال ۸۸ اعلام کرد.

تمجیدی گفت: در ۹ ماهه سال جاری مجتمع بیمه‌های ساری با ۶۸۳ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل از حیث ضریب رشد بدون ثالث مقام اول و مجتمع بیمه‌های مشهد با ۱۶۵ درصد مقام دوم در میان مجتمع‌های بیمه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند.

دی ماه امسال در اصفهان برگزار شد

بیمه پارسیان در دومین نمایشگاه بین المللی حفاظت، ایمنی، بیمه آتش نشانی



فردی، ایفون‌های امنیتی، تجهیزات و ملزومات ایمنی صنعتی و پیشگیری از حوادث و غیره در نمایشگاه یاد شده حضور داشتند و به معرفی محصولات خود پرداختند. پهلوانی نژاد تصریح کرد: با توزیع مناسب بروشورهای انواع خدمات بیمه پارسیان سعی شد تا اطلاع رسانی جامع‌ای از خدمات پارسیان در خصوص پوشش انواع ریسک‌ها در نمایشگاه صورت گیرد. وی ادامه داد: با حضور در غرفه‌ها و توضیح تک تک رشته‌ها به ویژه آتش سوزی صنعتی توانستم نظر مساعد بسیاری از شرکت کنندگان و حتی بازدید کنندگان را به خدمات بیمه پارسیان جلب نمایم و مقرر شد تا برای مذاکرات بیشتر در خصوص ارائه خدمات به آنان جلسات دیگری در دفتر نمایندگی برگزار شود.

دومین نمایشگاه بین المللی حفاظت، ایمنی، بیمه، آتش نشانی طرف روزهای ۱۲ تا ۱۴ دی ماه امسال در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی اصفهان برگزار شد. محبوبه پهلوانی نژاد نماینده فعال بیمه پارسیان در اصفهان ضمن اعلام این خبر گفت: هر چند گاه شاهد برگزاری نمایشگاه‌های متنوعی در اصفهان هستیم اما این نمایشگاه به خاطر حضور تولید و خدمات در کنار هم بسیار متفاوت بود.

او با اشاره به اینکه برگزاری نمایشگاه‌ها در اصفهان تأثیر بسزایی بر شناسایی تولیدات و خدمات در سطح کشوری و بین المللی دارد افزود: تولید کنندگان وسایلی چون سیستم‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ایمنی و ردیابی، کنترل مانیتورینگ و کنترل امنیت شبکه، ضبط مکالمات امنیتی، تجهیزات ایمنی

انگیزه بازاریابی

مجیدی کارشناس مجتمع بیمه ای اراک

بارها مشاهده کرده ایم که بازاریابان متعددی با شور و هیجان فراوان با صدها امید و آرزو و خوشحال از پیدا کردن شغل، حقوق مزایا و شان اجتماعی، به موسسه ای مراجعه کرده اند و پس از توضیحات کوتاهی که توسط مسوول جذب بازاریابان و یاسرپرست مشاورین فروش داده می شود تقریباً لحظه خروج از موسسه کار خود را برای بازاریابی آغاز کرده اند ولی... مطالعه روی این افراد نتیجه کاملاً مشابهی را برای ما به ارمغان می آورد. تقریباً اکثر این افراد با انگیزه های بالای اقتصادی و اجتماعی و شغلی وارد این عرصه می شوند و پس از مدت کوتاهی (تقریباً ۲ یا ۳ هفته) دچار آن دوگانگی همه گیر شده و سرخورده و ناامید می گردند.

۱- این عده گروهی هستند که کاملاً ناامید شده اند و از این که هیچ گونه موفقیت مشهودی به دست نیآورده اند برای همیشه قید بازاریابی و فروش را می زنند و دائماً ز پورسانت و حقوق اندکی که به دست آورده اند گلایه می کنند و از طرفی ناتوانی خود در فروشندگی و بازاریابی رنج می برند و ممکن است پس از آن با توجه به ایجاد شدن سد عدم اعتماد به نفس کافی دیگر به این عرصه نزدیک نشوند.

۲- این عده گروهی هستند که معمولاً مشکلات را به محصول و یا خدماتی که ارائه می کنند نسبت می دهند و یا از ناتوانی سیستم های مدیریتی و ساختارهای سازمانی شکایت می کنند ولی با این حال چندین

ماه به همین شیوه در آن موسسه و یا با امتحان کردن شانس خود در موسسه دیگری به این روش ادامه می دهند و همچنان از پورسانت و حقوق و مزایا نارضایتی دارند ولی با مصلحت اندیشی این کار را از دست نمی دهند.

۳- این عده که معمولاً تعداد آنها کمترین گروه را تشکیل می دهد کسانی هستند مشکلات را در درون خود یافته اند و نسبت به رفع آنها اقدام می کنند. مطمئناً همه ما میدانیم مسیر درست مورد آخر است ولی چرا دسته کمی از افراد این مسیر را انتخاب می کنند؟ چه راهکارهایی وجود دارد که تعداد افرادی که مورد آخر را انتخاب کنند بیشتر شود؟ در بازاریابی یک اصل اساسی وجود دارد که می تواند تا حدودی از این مسایل بکاهد و آن این است:

بازاریاب باید بداند:

- مشتریان مقاومت می کنند.

- رقبا اذیت می کنند.

- کارفرما تلاشش را درک نمی کند.

در بررسی علل و راهکارهای مقابله با این علل به این مسایل بر می خوریم:

چرا مشتریان مقاومت می کنند؟

مهمترین ویژگی مشترک بین مشتریان مقاومت بر خرید محصول و یا خدمات بوده و علت آن نوعی ترس از بازنده شدن است. راهکار ساده ولی موثر در این رابطه چنین است.

۱- اعتماد سازی

۲- استفاده از بازاری برنده - برنده.

هنر یک فروشنده ماهر و حرفه ای در این خلاصه می شود که بتواند نوعی تعادل بین مشتری، فروشنده و کارفرما برقرار کند یعنی:

۱- باید فواید و ویژگی های محصول را عرضه کند و مشتری را که در حقیقت سفیر تبلیغ رایگان برای مشتریان احتمالی بعدی است، نیز متقاعد به خرید نماید.



کنند که بتوانند.

۱- مهارت ها و روش های بازاریابی خود را تقویت کنند. ۲- پیوسته در حال نوآوری و اعطای بیشتر شرایط و امکانات به مشتریان باشند.

چرا کارفرمایان تلاشت را درک نمی کنند؟

در بازی فوتبال طرفداران پیوسته از مربی و مدیر تیم انتظار نتیجه بر در دارند و کسی از تمرینات سخت و بازی زیبا راضی نخواهد بود و گاه تلاش چندین ماهه یک مجموعه به خاطر چند لحظه غفلت از دست می رود در نتیجه مدیران و مربیان بر اثر فشار تماشاگران تغییر پیدا می کنند. در عرصه کار و تجارت نیز به همین صورت است مجموعه مدیران و سرپرستان پیوسته نگاهشان به نمودارها و عملکردها است و باید در برابر سهام داران، سرمایه گذاران و ذینفعان پاسخگو باشند. پس نتایج را از روی دفعات و ارزش های فروش بررسی می کنند و نه از روی دفعات بازاریابی های ناکام که معمولاً چند برابر دفعات بازاریابی های موفق است.

چرا رقبا اذیت می کنند؟

چنان پیوسته در حال تغییر و دگرگونی است و مانند میدان بازی های گلابداتوری می ماند که تنها همیشه آخرین افراد و قدرتمندترین شان حق آزادی و رهایی را دارند. در دنیا کسب و کار نیز پیوسته رقبا برای رسیدن به رهایی از مشکلات دست به ابتکار می زنند تا بتوانند قدرتمندتر شده و آخرین برنده باشند. در فرهنگ بازاریابی مثالی وجود دارد که می گوید بازاریاب باید بتواند یخچال را به یک اسکیمو بفروشد. پس پیوسته رقبا در حال اذیت هستند و تنها کسانی توان رقابت را پیدا می

گام هائی برای موفقیت در برخورد با مشتریان عصبانی



تلفن را برمی دارید و یک مشتری می گوید: "هی شما! (لحن عصبانی)". با تمام وجود جا می خورید! "چرا حتی یک روز هم از دست چنین تلفن هائی در امان نیستیم؟"

عصبانیت ناشی از تلفن هائی اینچنین، مانند عصبانیت ناشی از مسائل دیگر روز به روز در حال افزایش است.

یک نقل قول قدیمی می گوید: "مطمئن ترین علامت اینکه شما هیچ احساسی ندارید این است که شما با کسی بحث کنید که او هم هیچ احساسی ندارد". ولی وقتی شما مجبور به حل یک مشکل هستید، چگونه می توانید یک مشتری عصبانی را که ناامید و سردرگم است و فقط شما را برای بیان درخواستش پیدا کرده قانع کنید؟

جواب این است: این کار شماست! کسانی که تلفنی با شما تماس می گیرند ممکن است متفاوت باشند و کلمات و عبارات متفاوتی برای بیان درخواست خود داشته باشند ولی مسئله و چالشی که مطرح می کنند کاملاً مشابه است.

Selma Mayers می گوید: "هنگامی که یک مشکل از راهی که برنده ها و بازنده هائی وجود دارند حل شده است، ناگزیر گام اصلی برای درگیری های بعدی ایجاد شده است.

شما زمانی برای درگیری های آینده در باره این مشکل نخواهید داشت. پس فقط در صورتی برنده خواهید بود که مشکل ها حل شده باشند."

شما می توانید چارچوب ارائه شده برای ارتباط با مشتریان ناراضی در این مقاله را امتحان کنید. پس از خواندن این مقاله، موفق ایجاد ارتباط بهتر در تماس های تلفنی و یا رودرو با مشتریان ناراضی خواهید بود. این مقاله برای ایجاد احساس مثبت و رضایت در مردم عصبانی است. شما می توانید با زبان خودتان صحبت کنید، ولی حتماً رویکرد و ترتیب گام ها را رعایت کنید.

گام اول:

با خونسردی گوشی را بردارید و روی مشکلی که در حال شنیدن و تشخیص هستید تمرکز کنید. احساسات خود را برای رویارویی با مشتری کنترل کنید. شما نیازی به ارتباطی احساساتی برای سروکار داشتن با یک مشتری عصبانی ندارید. کنترل احساسات به این معنی نیست که شما اهمیتی به حل مشکل نمی دهید و تنها به معنای کنترل وضعیت و جلوگیری از یک دید احساسی است.

ما این را یک تجربه جدانشدنی توصیف می کنیم و این کار به مشتریان ما کمک می کند تا فرآیند تفکر را تصویر سازی کرده و با تمرکز روی موضوع آن را توضیح دهند. خودتان و رفتارهای بد دیگران را بیاد بیاورید. اجازه ندهید این رفتارهای بد بر شما غلبه پیدا کنند. اگر لازم است وقفه ای در پاسخگویی بدهید (برای کنترل احساسات منفی). اگر شما در جریان صحبت ها وقفه ای ایجاد کنید (بخصوص در تماس های تلفنی) مشتری در خواستش را دوباره مطرح خواهد کرد.

اگر تماس گیرنده از کلمات زشت استفاده کرد نگران نباشید چون در واقع شما که نمی خواهید او را به دوست خود آقای Dial Tone معرفی کنید! (عبارتی یا او سمنی نلرید)

شما نباید کلمات رکیک تماس گیرندگان را تحمل کنید. پس با صدائی رسا بگوئید: من به شما کمک خواهم کرد، این برای من مشکلی نیست، ولی من نمی توانم زبان نیش دار و بی احترامی های شما را تحمل کنم.

تمرکز خود را از روی آن شخص و رفتارش به سمت یک زمینه مشترک ممکن بین خود و مشتری ببرید.

گام دوم:

احساسات مشتری را تایید و تصدیق کنید، ولی در عین حال مشتری را با لحن رسا و حرفه ای گونه خود آرام کنید.

سعی کنید بگوئید:

"من ناراحتی شما را می بینم و برای کمک به شما اینجا هستم."

"مطمئن باشید راه حلی برای مشکل شما خواهیم یافت."

بیشتر از توان خود به مشتری قول ندهید و در حد مسئولیت و سمت خود عمل کنید. اغلب پشتیبانان گمان می کنند بهترین راه برای آرام کردن مشتری در این مرحله گفتن جمله "شرمندم ام!" است. این جمله می تواند به آرام شدن مشتری کمک کند ولی سطح شخصیت شما را پایین خواهد آورد. بعلاوه، بسیاری مشکلات دیگر نیز در این روش وجود دارد از جمله پوچ و غیر خالصانه بودن این جمله (مشتری متوجه تاسف مصنوعی شما می شود).

این روش هنگامی که مشتری تنها از شما اخلاص در قولی که می دهید را می خواهد ناکارآمد است. این کار موقعیت شما را یک سطح پائین می آورد و نشان می دهد شما در ارتباط با مشتریان ناموفق هستید. در واقع جمله "شرمندم ام!" درخواست های مشتری را افزایش داده و رفتار طلبکارانه او را با بی احترامی بیشتری توأم می کند.

راه موثر تر این است که ابتدا احساسات مشتری را تایید و سپس گام های بعدی را اجرا کنید. در ضمن، احساس شرمندگی و تاسف نشانه بدبختی، بی ارزشی و ضعف می باشد. البته بیاد داشته باشید شما همچنان می توانید در مرادوات یا دوستان یا اطهار همدردی با شخصی که مشکلی دارد اظهار تاسف نمایند و این با مورد اخیر متفاوت است.

گام سوم:

تاکید کنید که مشکل را بدرستی شنیده اید.

"من هم با شما موافقم. این باعث سردرگمیت. حالا امکان دارد ... درست است؟"

"اینجا مشکلی وجود دارد که براحتی می توانیم آن را حل کنیم."

"من می توانم در این مشکل کمکتان کنم. برای حل مشکل مطالبی وجود دارد که باید برای شما روشن کنم."

گام چهارم:

از مشتری برای اطلاع رسانی این مشکل و جلب توجهتان تشکر کنید. این تشکر همواره می تواند با یک عذرخواهی همراه باشد.

"ممنون از وقتی که برای بحث راجع به این مشکل گذاشتید."

"بسیار متشکرم که ما را از مشکل پیش آمده باخبر کردید."

"متشکرم بابت اطلاع رسانی شما پیرامون این مشکل."

گام پنجم:

تنها در صورتی عذرخواهی کنید که واقعا اشتباهی وجود داشته و مشکل خاصی بوده.

"من معذرت می خواهم بابت..."

از معذرت خواهی فراتر نروید! بگوئید "شرمندم یا متاسفم!" یا "خیلی شرمندم ام!"

در مراحل ۲ تا ۵ شما عصبانیت مشتری را خنثی می کنید و نشان می دهید که می دانید مشتری برای چه تماس گرفته است و با او همکاری می کنید و راهکار هائی می دهید تا در نهایت راه حلی برای مشککش پیدا شود.

گام ششم:

اطلاعات را با روشی مثبت، حرفه ای و صبورانه پیدا کنید. انتخاب ها را به محض مشاهده پیشنهاد دهید. "توانستن" را مقدم بر "نتوانستن" قرار دهید. اجازه بدهید مشتریان قبل از اینکه بدانند چه چیز غیر ممکن است، بدانند چه چیز ممکن است. شما باید در این مرحله انعطاف پذیر باشید. خلاقیت و دانش خود را برای پیش بینی اتفاقات بعدی استفاده کنید و یک مرحله جلوتر از مشتریان باشید.

درک کنید که آنها بدنبال راه حلی برای مشکل خود هستند. شما می توانید راه حل های ممکن مختلفی پیشنهاد کنید. اگر می خواهید خبر بدی بدهید (مثلاً اینکه مشکل رفع نشده است)، بطور مودبانه و حمایت گر و در حالی که اهمیت مشکل برای خودتان را نیز نشان می دهید به انتظارات و هیجان خاتمه دهید.

گام هفتم:

بسیاری از شما این جمله را شنیده اید: "به مردم اجازه ندهید بدون پرداخت اجازه در سر شما زندگی کنند!". معنی این جمله اینست که از دست آنها دیوانه نشوید و یا احساس ضربه خوردن نکنید. تصور کنید که به او مانند یک پوشال کاهی (بسیار ناچیز) نگاه می کنید. این در مورد تمام حالاتیست که شما ممکن است ببینید و اهمیتی ندارد آنها چگونه با شما رفتار می کنند. بیاد داشته باشید که ممکن است بدترین حالت آنها را در آن لحظه ببینید.

البته درست است که این کار مناسب نیست، غیر منصفانه است و به کمک به مشتری و پیدا کردن راه حلی برای او منجر نمی شود ولی شما نباید فکرتان را بخاطر یک مورد مشتری عصبانی مشغول کرده و یا نگرانی در خود ایجاد کنید. ارتباط بین سازمان و مشتریان، و ارتباط بین خودتان و همکارانتان را حفظ کنید این کار را می توانید بوسیله تماس با آنها در ارتباطات مثبت و از طریق ایجاد ارتباط های دو طرفه که روی دیگران نیز تاثیر خواهد گذاشت از راه های مختلفی که تا بحال برای شما ناشناخته بوده اند انجام دهید.

مترجم - امین کریمی

بر گرفته از مقاله Steps to Success with Angry Customers

مراقب سلامتی خود در پشت میز کامپیوتر باشید

دکتر رضا فکوری

نحوه نرمش:

- ۱- به صورت صحیح و درست پشت میز کار یا اداری بنشینید. کمر خود را صاف کرده، شانه ها را به عقب برده، قسمت فوقانی صفحه نمایشگر باید با چشمان شما در یک راستا قرار گیرد. اگر باید به بالا و پایین کنید، کفایت ارتفاع صفحه نمایش خود را تنظیم کنید. در این حالت اگر مجبور هستید که به طرف جلو مایل شوید تا صفحه مانیتور را ببینید، ابتدا دید چشمانتان را امتحان کرده و سپس فاصله را تنظیم نمایید.
- بعد از مدتی این وضعیت نشستن در بدن شما جا افتاده و نیازی به تمرین و دقت همیشگی نیست.
- ۲- وقتی مشغول تایپ کردن هستید بدن خود را در یک وضعیت متعادل و مناسب نگهدارید. اطمینان حاصل کنید که مچ دستتان شما اندکی از آرنج شما پایین تر باشد. این عمل از ابتلا به نوعی سندرم تونلی در مچ دست شما جلوگیری می کند. پاهایتان را از زانو خم کرده طوری که زانو از باسن بالاتر قرار گیرد. کف پا را صاف روی زمین قرار داده یا روی یک چارپایه یا وسیله دیگری قرار دهید.
- ۳- هر نیم ساعت یکبار از جای خود بلند شده و با حرکات کششی بدن خود را نرمش داده یا برای چند لحظه قدم بزنید.
- ۴- ساق پاهایتان را بکشید و در این حین برای چند لحظه از نگاه کردن و خیره شدن به صفحه نمایشگر بپرهیزید. این عمل باعث جلوگیری از پخش شدن لخته های خون در پاهای شما می شود. به خاطر داشته باشید که لخته شدن خون در کاربران میانسال رایانه بسیار معمول است.
- ۵- یاد بگیرید که چگونه اعضای بدن خود را نرمش دهید. برای نرمش دادن گردن، سر خود را به جلو و عقب و راست و چپ و طرفین خم کنید. هرگز سر خود را در اطراف گردن به صورت دایره وار بچرخانید. این عمل باعث صدمع زدن به مفاصل گردن شما می شود.
- ۶- اگر مدت زیادی به تایپ کردن مشغولید برای چند لحظه مچ دستتان را بصورت دایره وار چرخانده و ورزش دهید. این کار باعث جلوگیری از ابتلا به سندرم تونلی مچ می شود.

- ۷- از قوز کردن به سمت جلو و روی صفحه کلید خودداری کنید. اگر عادت به چنین کاری دارید این تمرین را انجام دهید: ابتدا دستان خود را باز کرده تا حدی که مثلاً می خواهید کسی را در آغوش بگیرید. مچ دستتان را چندین بار به طرف خارج بچرخانید، بطوریکه انگشت شصت شما به طرف بالا و عقب بازی کند و نیز نشانه های خود را به عقب بدهید. این حرکت کششی اعضای بدن شما را در خلاف جهتی که قوز می کنید بازی می دهد. در این حین شما کشش خوبی را در قسمت بالای سینه خود احساس می کنید.
- ۸- ماهیچه های سرینی و بطنی خود را منقبض کنید و چند لحظه همانطور منقبض آنها را نگه داشته و سپس رها کنید. در طول روز هر چند دقیقه یکبار این کار را تکرار کنید.
- ۹- با حرکات دهید و همانطور که نشستند آید آنها را بچرخانید. در زمان راه اندازی مجدد رایانه یا در زمان اخذ فایل های با حجم بالا از یک شبکه، از فرصت پیش آمده استفاده بهینه کرده و استراحت کنید. از جای خود بلند شوید و نرمش های دیگری را امتحان کنید مثل بلند شدن و نشستن، جلو عقب رفتن، پریدن البته مواظب پوزخند همکاران خود نیز باشید.
- ۱۰- از ابزار ورزشی سبک و ارزان و کوچک هستند که برای تقویت عضلات ساعد بازو مناسب هستند موادی هم که باید چیزی را از روی کاغذ و از روی صفحه نمایش بخوانید معمولاً از دستان استفاده نمی کنید. در این هنگام می توانید از این ابزار استفاده کنید.
- ۱۱- هر چند لحظه یک بار نفس عمیق بکشید. اگر برایتان امکان دارد جای این نفس ها را بکشید که هوای تازه وارد شش های شما شود.
- ۱۲- در زمانی که مشغول تماشای تلویزیون یا در حال حرف زدن با تلفن هستید بنشینید و با حرکت موزون و تمرینات هماهنگ به سمت بالا و پایین بدن خود را بازی دهید. هنگامیکه مشغول تایپ کردن هستید می توانید از این حرکت ها در عضلات پاهایتان بهره جویید.
- ۱۳- در زمانی که نشستند آید، پاهای خود را به روی پنجه برده و دوباره به زمین بگذارید. آن قدر این کار را انجام دهید که پاهایتان کمی خسته



شود. ده دقیقه دیگر این کار را ادامه دهید و این کار را برای یک ساعت به صورت مداوم انجام دهید. این حرکت باعث تقویت ساق پا های شما می

عمل را دایماً انجام دهید احساس خواهید کرد که هوشیار تر هستید و در درازمدت لاغر خواهید شد.

نکات:

- صندلی خود را عقب برده و به کمر خود زاویه بیشتری از ۹۰ درجه بدهید.
- از سلامت چشمان خود غافل نشوید. خیره شدن به یک چیز میم صفحه نمایش برای یک مدت طولانی برای چشمان شما مضر است. پس به چشمان خود استراحت داده و از پنجره به بیرون نظاره کنید و به چیزهایی با مسافت های دور تر نگاه کنید. از قانون ۲۰-۲۰-۲۰ استفاده کنید. این قانون می گوید که پس از هر بیست دقیقه نگاه کردن به صفحه نمایش، باید ۲۰ ثانیه به شیئی که ۲۰ فوت از شما دورتر است نگاه کنید.

تا زمانی که چیزی در حال حرکت است، به شما کمک خواهد شد تا اندامتان در وضعیت بهتری نگه داشته شود. حرکات ثابت باعث سوختن کالری و کمک کردن به سلامت شما می شود. باید توجه داشت که انجام این تمرین در حین کار کردن با کامپیوتر با وجود موثر بودن و کمک کردن هیچگاه جایگزین مناسبی به جای باشگاه رفتن و یک ورزش مستمر نیست.

از نرمش هایی استفاده کنید که ماهیچه های روبه روی هم و متضاد را ترکیب می کند (عضله خم کننده و عضله منبسط کننده ها مثل عضله های دوسره سره سر) این یک تمرین خوب و مناسب است. دستان خود را به هم قلاب کنید طوری که کف دستهایتان روبه روی هم باشد. با کف یک دست به سمت پایین و با کف دست دیگر به سمت بالا فشار بیاورید.

اگر این نرمش ها به صورت متعادل انجام نشود، ممکن است باعث عرق کردن شود که چهره خوشی در محیط کاری ندارد. به خاطر داشته باشید که این نرمش ها برای جلوگیری از خشک شدن بیش از حد بدن است. پس جدیت خود را برای رفتن به باشگاه ورزشی از دست ندهید.

تصویب قوانین جدید بیمه شخص ثالث به نفع افراد خانواده است

شخص شده و بر این اساس نیز چندین دیه به او تعلق بگیرد، به عبارتی اگر تصادف منجر به فوت فرد شود یک دیه کامل به او تعلق می گیرد، اما اگر اعضای مختلف بدن وی دچار حادثه شود، مشمول دریافت چند دیه می شود.

به موجب قانون قبل، شرکتهای بیمه سقف دیه پرداختی به فرد را یک دیه کامل فرض می کردند و اگر فردی مثلاً قطع نخاع شده و اعضای مختلف بدن او نیز دچار آسیب می شدند، بیش از دیه کامل یک فرد به وی تعلق نمی گرفت.

قانون جدید تاکید دارد شرکت بیمه و یا صندوق تأمین مالی موظف به پرداخت دیه های متعدد به هر میزان به فرد آسیب دیده هستند.

به هر ترتیب؛ هر چند بسیاری از شرکت های بیمه معتقدند که شخص ثالث برای آنها زیانده می باشد و قوانین جدید نیز شاید به این زیانده بودن افزوده، اما باید در نظر داشت تصویب قوانین و حتی تمام فعالیت های اقتصادی بیمه ها برای آسایش مشتریان و آرامش بیمه گذاران در نظر گرفته می شوند تا هر چه بیشتر بتوانند برای خرید بیمه نامه به شرکت های بیمه اعتماد کنند.

البته نباید فراموش کنیم که افزایش تعرفه شخص ثالث نیز با توجه به تصویب قوانین جدید، انگیزه شرکت های بیمه را برای ارائه این نوع بیمه نامه افزایش خواهد داد

چرا که گذاشتن تمام بار اجرای قوانین بر روی دوش شرکت های بیمه باعث ایجاد فشار مضاعف بر این شرکت ها بخصوص شرکت های بیمه خصوصی خواهد شد و به تبع آن یافتن راه هایی برای کم کردن خسارت ناشی از صدور این بیمه نامه ها به شرکت بیمه و شاید پیدا شدن مشکلاتی جدید در راه پرداخت خسارت را ممکن است به وجود آورد.

نداشتن گواهینامه رانندگی توسط مالک وسیله نقلیه، نداشتن بیمه نامه شخص ثالث، پایین بودن سقف تعهد بیمه نامه فرد و فرار یا عدم شناسایی فرد ضارب از مصادیق حمایت های صندوق تأمین خسارتهای بدنی به شمار می آید که همچنین با افزایش منابع تأمین مالی این صندوق و ضمانت های اجرایی بیمه مرکزی، به مرحله اجرا در آمدن این قانون جدید را آسانتر نموده است.

پرداخت خسارت به اقوام درجه ۱ مصدوم در تصادفات

این موضوع که شاید مورد سوال بسیاری از بیمه گذاران باشد و یا هنوز در مورد آن ابهاماتی موجود باشند شاید به این صورت کلی نتوان به راحتی به آن پرداخت اما همین مطلب کوتاه نیز می تواند تا حدی بصورت صریح به بیمه گذاران، قانون جدید و نحوه اجرای آن را بازگویی نماید.

بر اساس ماده ۲ قانون سابق شخص ثالث اگر راننده ای تصادف می کرد و اقوام درجه یک وی سر نشین خودرو بودند و دچار آسیب می شدند، به آنها خسارت تعلق نمی گرفت و این موضوع باعث ایجاد مشکلات فراوانی برای خانواده هایی که سرپرست و یا اعضای خود را در تصادف از دست می دادند، شده بود.

این افراد معمولاً تحت پوشش بیمه های غرامت و فوت قرار می گرفتند که تعهد آن پرداخت مبالغ اندکی بود.

اما بر اساس قانون جدید بیمه شخص ثالث هر کس در خودرو باشد حتی از اقوام درجه یک، شخص ثالث به حساب آمده و دیه آنان محاسبه می شود، تنها راننده ای که مقصر تشخیص داده شود مشمول پرداخت خسارت و دیه نخواهد شد.

ممکن است تصادف منجر به وارد آمدن خسارات متعددی به

افشین نوری

بر اساس قانون جدید «بیمه اجباری مسوولیت مدنی دارندگان وسایل نقلیه موتورسیکلی در مقابل شخص ثالث» معروف به بیمه شخص ثالث که پس از حدود ۵ سال کش و قوس طولانی در فرایند قانون گذاری، پس از تصویب کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی بر اساس اصل ۸۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و موافقت مجلس شورای اسلامی با اجرای آزمایشی آن به مدت ۵ سال در تاریخ ۱۳۸۷/۵/۱۶ به تصویب شورای محترم نگهبان رسید و در تاریخ ۱۳۸۷/۵/۳۱ از سوی ریاست محترم جمهوری اسلامی ایران برای اجرا به وزارت امور اقتصادی و دارایی ابلاغ شد.

یکی از مشکلات شرکت های بیمه این بود که تعیین کنند بر اساس ماده ۲ قانون قبلی چه کسی شخص ثالث است و چه کسی نیست. خوشبختانه تمامی این استثنائات در قانون جدید حذف گردید و بر اساس تبصره ۶ ماده ۱ قانون جدید تمامی اشخاصی که به سبب حوادث موضوع این قانون دچار صدمه شوند شخص ثالث محسوب می شوند جز راننده مسبب حادثه. تصویب این تبصره بسیاری از اختلافات بین بیمه گران و زیاندیدگان را کاهش می دهد.

در قانون جدید تدابیری اتخاذ شده تا مردم سریعتر به خسارت های جسمی و مالی خود برسند و همچنین جزییات و موضوعات مورد اختلاف بیمه گر و بیمه گذار کاهش چشمگیری یابد.

در قانون جدید بیمه شخص ثالث پوشش های بیمه ای به شکل وسیعی گسترش پیدا کرده است به نحوی که هم اکنون به موجب قانون، هیچ حادثه رانندگی وجود ندارد که دیه آن از سوی شرکتهای بیمه ای یا صندوق تأمین خسارتهای بدنی تأمین نشود.

آماري از پورتال بیمه پارسیان در دی ماه

ایلتاز صفایی - کارشناس ارتباطات الکترونیک پورتال بیمه پارسیان به نشانی www.parsianinsurance.ir در دی ماه بیش از ۱۴۰،۰۰۰ بازدید داشته است. اسامی ۱۰ کاربر فعال برتر به ترتیب عبارت اند از: محمدرضا بغدادی، مسعود جاویدآرا، سهیلا سلطانی، رضا هاشمی، فرشته غفوری، موسی میارکیانی، مهناز مشهدی یحیی، رضا علی محمودی، سید رضا رشیدی فرد و فاطمه سرلک. همچنین ۱۰ صفحه ای که بیشترین تعداد بازدید را داشته اند به ترتیب عبارت اند: صفحه اصلی، سامانه اطلاع رسانی آئین نامه ها و بخشنامه ها، نمایندگان، تاریخ آزمون جدید و نتایج آزمون داخلی نمایندگان، درباره ما (بیمه پارسیان)، شعب، بیمه ثالث و بدنه، سامانه اطلاع رسانی بیمه عمر انفرادی، مدیران اجرایی، اعطای تخفیف در خرید بیمه نامه ویژه مشتریان ایران خودرو.

قدر دانی از واحد خسارت مشهد

یک شهروند فریمانی از طریق روزنامه محلی از رییس واحد پرداخت خسارت بیمه پارسیان در مشهد قدر دانی کرد.

این شهروند از مهندس رجایی رییس واحد خسارت بیمه پارسیان مشهد و پرسنل این واحد خسارت به ویژه هاشم عطایی به خاطر جلب رضایت مشتریان قدر دانی کرده است.

لازم است که به این مطلب اساسی همواره توجه داشت؛ «همه ما برای مشتری کار می کنیم»

تازه های نشر

خوانندگان محترم نشریه چتر با سلامی دوباره در این شماره از چتر به معرفی دو محصول دیگر از محصولات چاپ شده در بیمه پارسیان می پردازیم.

۱- (بروشور بیمه درمان) این بروشور به معرفی انواع فرمهای پیشنهاد و نحوه تکمیل این فرمها توسط بیمه گذار یا نماینده بیمه پارسیان می پردازد. نمونه فرم های تکمیل شده در این کتاب، راهنمای بسیار خوبی برای استفاده کنندگان از آنها می باشد.

۲- (کتاب راهنمای تکمیل فرمهای پیشنهاد انواع بیمه نامه ها) این کتاب



همه همسران من!

ریخت و بدنش سرد شد. بعد به سوی همسر دوشش رفت و گفت: «من همیشه برای کمک نزد تو می آمدم و تو همیشه کنارم بودی. اکنون در حال مرگ هستم. آیا تو همراه من می آیی؟» او گفت: «متأسفم، در این مورد نمی توانم کمکی به تو بکنم، حداکثر کاری که بتوانم انجام دهم این است که تا سر مزار همراهت بیایم.» جواب او همچون گلوله ای از آتش پادشاه را ویران کرد. ناگهان صدایی او را خواند: «من با تو خواهم آمد، همراهت هستم، فرقی نمی کند به کجا روی، با تو می آیم.» پادشاه نگاهی انداخت، همسر اولش بود. او به علت عدم توجه پادشاه و سوء تغذیه، بسیار نحیف شده بود. پادشاه با اندوهی فراوان گفت: «ای کاش زمانی که فرصت بود به تو بیشتر توجه می کردم.»

شرح حکایت

در حقیقت، همه ما در زندگی کاری خویش ۴ همسر داریم. همسر چهارم ما سازمان ما است. بدون توجه به اینکه تا چه حد برایش زمان و امکانات صرف کرده ایم و به او پرداخته ایم، هنگام ترک سازمان و یا محل خدمت، ما را تنها می گذارد. همسر سوم ما، موقعیت ما است که بعد از ما به دیگران انتقال می یابد. همسر دوم ما، همکاران هستند. فرقی نمی کند چقدر با هم بوده ایم، بیشترین کاری که می توانند انجام دهند این است که ما را تا محل بعدی همراهی کنند. همسر اول ما عملکرد ما است. اغلب به دنبال ثروت، قدرت و خوشی از آن غفلت می نماییم. در صورتیکه تنها کسی است که همه جا همراهمان است. همین حالا احیایش کنید، بهبودش دهید و مراقبتش کنید.

روزی، روزگاری پادشاهی ۴ همسر داشت. او عاشق و شیفته همسر چهارمش بود. با دقت و ظرافت خاصی با او رفتار می کرد و او را با جامه های گران قیمت و فاخر می آراست و به او از بهترینها هدیه می کرد. همسر سومش را نیز بسیار دوست می داشت و به خاطر داشتنش به پادشاه همسایه فخر فروشی می کرد. اما همیشه می ترسید که مبادا او را ترک کند و نزد دیگری رود.

همسر دومش زنی قابل اعتماد، مهربان، صبور و محتاط بود. هر گاه که این پادشاه با مشکلی مواجه می شد، فقط به او اعتماد می کرد و او نیز همسرش را در این مورد کمک می کرد. همسر اول پادشاه، شریکی وفادار و صادق بود که سهم بزرگی در حفظ و نگهداری ثروت و حکومت همسرش داشت.

او پادشاه را از صمیم قلب دوست می داشت، اما پادشاه به ندرت متوجه این موضوع می شد. روزی پادشاه احساس بیماری کرد و خیلی زود دریافت که فرصت زیادی ندارد. او به زندگی پر تجمش می اندیشید و در عجب بود و با خود می گفت: «من ۴ همسر دارم، اما الان که در حال مرگ هستم، تنها مانده ام.»

بنابراین به همسر چهارمش رجوع کرد و به او گفت: «من از همه بیشتر عاشق تو بوده ام. تو را صاحب لباسهای فاخر کرده ام و بیشترین توجه من نسبت به تو بوده است. اکنون من در حال مرگ هستم، آیا من همراه می شوی؟» او جواب داد: «به هیچ وجه!» و در حالی که چیز دیگری می گفت از کنار او گذشت. جوابش همچون کاردی در قلب پادشاه فرو رفت.

پادشاه غمگین، از همسر سوم سؤال کرد و به او گفت: «در تمام طول زندگی به تو عشق ورزیده ام، اما حالا در حال مرگ هستم. آیا تو با من همراه میشوی؟» او جواب داد: «نه، زندگی خیلی خوب است و من بعد از مرگ تو دوباره از دواج خواهم کرد.» قلب پادشاه فرو

تازه های بیمه های عمر انفرادی

رقابت در عصر کنونی یکی از عوامل مهم در پیشرفت هر انسان، شرکت و یا سازمان می تواند باشد. البته در بدنه یک سازمان و شرکت زمانی این رقابت تاثیر گذار خواهد بود که همراه با رفاقت و همیاری باشد. صنعت بیمه یکی از مواردی است که به دلیل دارا بودن نمایندگان فروش به منظور ارائه خدمات خود، به حوزه رقابت توجه بسیاری دارد. رقابت در صنعت بیمه از دو حیث قابل بررسی است، اول رقابت بین شرکتهای بیمه و دوم رقابت بین نمایندگان فروش یک شرکت بیمه، که در نهایت مورد دوم به رقابت بین شرکتهای منجر می شود.

در بیمه پارسیان نیز اعلام برترین نمایندگان در حوزه فروش بیمه های عمر انفرادی سبب شده است تا نمایندگان به این حوزه بیشتر توجه کرده و سعی بر افزایش فروش خود داشته باشند.

این آمار که بر اساس بیشترین حق بیمه وصولی و بیشترین تعداد فروش در هر ماه بررسی می شود فرصتی به دست داده تا بتوانیم هم نمایندگان موفق را معرفی کرده و از آنان قدردانی نماییم و هم انگیزه ای برای سایر نمایندگان ایجاد نماییم تا در حوزه بیمه های عمر انفرادی تلاش بیشتری نموده و در ماههای آینده جزء نفرات برتر باشند.

در ضمن، در قالب دستورالعمل جدید پرداخت کارمزد، پاداش و ارتقاء اجزای شبکه فروش بیمه های عمر انفرادی، به برترین نمایندگان فروش بیمه عمر در دوره های ارزیابی ۶ ماهه نیز پاداش مرتبط با حد نصاب فروش ایشان پرداخت خواهد شد.

از نمایندگان محترم خواهشمندیم که تجربه های موفق خود را در زمینه فروش در اختیار ما قرار دهند تا بتوانیم این تجربه های موفق را در اختیار سایر همکاران قرار دهیم. برای ارسال تجربه های موفق و نظرات خود جهت بهبود توسعه بیمه های عمر می توانید با آدرس Life@parsianinsurance.ir با ما در تماس باشید.

آمار ارائه شده در جدول زیر مربوط به آذر ماه سال جاری بوده و نفرات برتر بر اساس فروش و حق بیمه وصولی از فروش این ماه انتخاب شده اند.

نفرات برتر آذر ۸۸					
نفرات برتر	نام نماینده	کد	شهر	حق بیمه وصولی آذر ۱۳۸۸	تعداد فروش
نفر اول	ابراهیم شوال منشی	۵۱۵۰۲۰	تهران	۶۳,۷۷۶,۰۰۰	۷۱
نفر دوم	محمدعلی عامری صفات	۵۱۵۰۰۰	تهران	۶۳,۳۷۰,۰۰۰	۱۶
نفر سوم	هومان قدیری جعفریگللو	۵۱۰۰۳۰	تهران	۴۲,۸۵۰,۰۰۰	۲۰
نفر چهارم	روح اله اسلامی	۳۱۰۰۵۰	تهران	۴۲,۶۰۷,۰۰۰	۱۹
نفر پنجم	علیرضا باقری رونقی	۵۱۵۲۸۰	تهران	۳۰,۱۶۲,۰۰۰	۲۱
نفر ششم	حمید بهنام مقدم	۵۲۰۴۳۰	مشهد	۲۹,۸۵۰,۰۰۰	۲۷
نفر هفتم	حمید امامی	۵۲۰۲۶۰	مشهد	۲۹,۷۵۰,۰۰۰	۲۲
نفر هشتم	سمیه حسن پور	۵۷۰۰۶۰	قزوین	۲۵,۴۵۹,۰۰۰	۲۲
نفر نهم	علیرضا زارعی	۵۲۰۷۳۰	مشهد	۲۴,۰۰۰,۰۰۰	۲۲
نفر دهم	راحله وثوقی کیا	۵۱۲۹۹۰	تهران	۱۸,۲۲۷,۰۰۰	۱۷

مسابقه شماره ۱۴

تفاوت قیمت مال بیمه شده بلافاصله قبل از وقوع حادثه با قیمت باقیمانده آن، بلافاصله بعد از حادثه. خسارت وارده به پول نقد پرداخت خواهد شد مگر این که حق تعمیر و تعویض را بیمه گر تمهید کرده باشد که در آن صورت باید طی مدتی این تعمیر و تعویض انجام شود که در مدتی کمتر از آن ممکن نیست.

برندگان مسابقه شماره ۱۳:

سرکار خانم گیلدا عسگر پور کارشناس تحقیقات بازار در مدیریت تحقیق و توسعه
 سرکار خانم مهناز مشهدی جیحی نمایندگی ۵۱۴۳۰۰ تهران
 جناب آقای محمدرضا بغدادی نمایندگی ۵۱۱۶۶۰ تهران

پاسخ شماره ۱۳:

شرکت بیمه به چه نحو خسارت پرداخت می کند؟
 به موجب ماده ۱۹ قانون بیمه، مسئولیت بیمه گر عبارت است از

چگونه در سازمان خلاق تر باشیم و پیشنهادات بیشتری ارائه دهیم؟

ذهن خطور می کند و خلاقیت هایی هر چند جزئی و بی ربط که به ذهن شما می رسند، می توانند بسیار سودمند باشند و سرمنشا فعالیت های بزرگ. ثبت این افکار گذرا در یک دفترچه یادداشت کوچک و جیبی وابسته شخصی و خصوصی به نظم افکار شما کمک می کند. در مواقع لزوم با کنار هم قرار دادن این افکار می توانید تصمیمات جدی و مهمی بگیرید. این دفترچه یادداشت همیشه باید همراه ما باشد. چون این افکار خلاقانه اغلب زودگذر ظاهر می شوند و شاید نتوانند مدت زیادی در ذهن ما دوام داشته باشند و خیلی زود پاک می شوند. از شرایطی که در درد سر افتاده اید، در تنگنا قرار گرفته اید و... استفاده بهینه بپزید.

در این شرایط باور کنید که قدرت خلاقیت شما فروزی می یابد می توانید راه های مفیدی برای حل مشکل برایتان فراهم کند. به افراد خلاق اطراف خود دقت کنید. ویژگی آنها را در نظر بگیرید و از فعالیت آنها بدون اینکه تقلید کورکورانه داشته باشید درس بگیرید.

سخن آخر

خلاقیت در انسان به هوش، جنس، سن و سال و میزان تحصیلات بستگی ندارد. می توان با پرورش برخی توانایی ها و ویژگی ها در خود خلاقیت را تقویت کرده و استفاده های زیادی در جهت داشتن یک زندگی موفق برد.

ادامه از صفحه ۲
 مسیرهای نور در زندگی خود امتحان کنید. این کار را می توانید از تغییر مسیر همیشگی خود از منزل به محل کار یا تحصیل شروع کنید. آیا همیشه فقط از یک مسیر استفاده کرده اید؟ آیا مسیرهای دیگر نیز هست؟ این مسیرها را امتحان کنید.

کارهایی از این قبیل تنوع زیادی در زندگی شما ایجاد می کند. عادات خود را نیز تغییر دهید و سعی کنید مدتی برخلاف آن عادات رفتار کنید.

آیا همیشه از یک دسر خاص استفاده می کنید؟ آیا همیشه از یک روزنامه فروشی می خرید؟ اگر اینطور هست پس زود دست به کار شوید و تنوع را در زندگی خود بیشتر کنید.

برای مشکلاتی که در زندگی برایتان پیش می آید، راه های مختلفی پیدا کنید و سعی نکنید آنچه را که زودتر به ذهنتان می رسد و ساده تر است انجام دهید. به فکر تغییرات مثبت در زندگی خود باشید و آنها را در زندگی خود اعمال کنید. از تصورات خلاقانه استفاده کنید. و ذهن خود را به خلاقیت عادت دهید.

به مسائلی که به یکباره در ذهنتان ایجاد می شود، توجه کنید

انسان ذهن پویا و فعال دارد و اغلب در لحظات خیلی زودگذر و دارای مطالبی هستند که می توانند بسیار خلاقانه و مفید باشند. به این افکار ارزش و بهاد دهید و برای این کار می توانید یادداشت برداری کنید. یادداشت برداری از افکاری که به طور گذرا به